Revista del
CONSUMIDOR
Procuraduría Federal del Consumidor • México • Número 380 • Octubre 2008 • www.profeco.gob.mx • $ 25.00 • ISSN 0185-8874

Los mejores y más baratos Reproductores MP3 y MP4

¿Satélite, microondas, cable? Cómo elegir TV de paga

Superengórdame Raciones jumbo y sobrepeso

Anorexia y bulimia
Dos caras de la misma moneda

¡Ya puede comprar Gas LP en el súper!

◗ Platillo Sabio Profeco
Banderillas de carne molida

◗ Tecnología Doméstica Profeco
Tomates deshidratados

Profeco

Profeco

PROCITEL

Tu tiempo vale oro

Profeco tiene una buena noticia, a partir del 24 de septiembre iniciamos la cuarta etapa del Programa de Citas por Teléfono (Procitel), por lo que se incorporaron a este servicio las delegaciones y subdelegaciones: Guanajuato, Hidalgo, Irapuato, Morelos, Michoacán, Puebla, San Juan del Río, Toluca y Tlaxcala.

¿Cómo funciona Procitel?

1. Marca al Teléfono del Consumidor desde la zona metropolitana de la Cd. de México al **55 68 87 22** y del resto del país al **01 800 468 87 22.**

2. Solicita una cita para presentar tu queja en la delegación correspondiente.

3. Profeco te proporcionará la fecha, hora y delegación a la cual deberás acudir para formalizar tu reclamación.

4. Acude a la delegación el día y hora de tu cita.

5. Presenta la documentación en original y dos copias para estar en posibilidad de realizar la conciliación telefónica y/o procedimiento conciliatorio.

Ahora presentar tu queja en Profeco es más rápido y fácil, sólo marca el Teléfono del Consumidor para solicitar una cita y olvídate de las largas filas.

Estados que cuentan con Procitel:
Aguascalientes, Baja California, Baja California Sur, Chihuahua, Coahuila, Colima, Durango, Guanajuato, Hidalgo, Jalisco, Michoacán, Morelos, Nayarit, Nuevo León, Puebla, Querétaro, San Luis Potosí, Sinaloa, Sonora, Tamaulipas, Tlaxcala, Toluca y Zacatecas.

Vivir Mejor

Directorio

Procurador Federal del Consumidor
Antonio Morales de la Peña

Coordinadora General de Educación y Divulgación
Mónica Braun Guillén

Director General de Difusión
Ruy Xoconostle Waye

Revista del CONSUMIDOR

Director Editorial
Mateo Miguel García

Directora de Arte y Diseño
Norma Patiño Domínguez

Coordinadora Editorial
Alejandra Sánchez Plascencia

Jefe de Información
José Armando Aguilar Pérez

Editor Gráfico
Roberto Paz Amaya

Jefe de Diseño
Víctor M. Gutiérrez García

Diseño
Mónica Miranda Villalba
Alfonso J. Solís Loza
Daniel Wilson Oropeza
Elizabeth L. Barrera Mendoza

Colaboradores
José Trinidad Camacho (Trino)
Francisco Oldemar González (Oldemar)
Maru Monroy
Luis G. Hernández
Becky Treves

Fotógrafo
José Rodríguez

Corrección
Alma Rosa Guerrero Gutiérrez

Consejo Editorial
Antonio Morales de la Peña
Rafael Anzures Uribe
Raúl García Moreno Elizondo
Esperanza Gómez Mont Urueta
Raúl Reynoso Nuño
Jaime Salazar Silva
José María de los Santos Quezada
Tomás Antonio Trueba Gracián
Miroslava Turrubiarte Thomas

La buena alimentación

En el transcurso del presente año hemos publicado varios artículos sobre alimentación y nutrición, con la finalidad de proporcionar a usted los elementos necesarios para que ponga manos a la obra. En este sentido, el Plato del buen comer se lleva las palmas como guía fundamental de nutrición para toda la familia.

En esta edición le presentamos un panorama sobre cómo en el transcurso de las últimas décadas han variado las raciones de alimentos que nos llevamos a la boca, desde productos industrializados hasta los mismos platos que preparamos en casa. Compare, y verá la diferencia, porque además, raciones mayores necesariamente significan mayor ingesta de calorías, con los consiguientes problemas de sobrepeso si estas calorías no son aprovechadas a través de la actividad física.

Así, hay que aprender a comer alimentos variados y nutritivos, en cantidad suficiente, no en exceso, ni con carencia.

La anterior insistencia tiene su razón en el hecho de que el sobrepeso y la obesidad son uno de los grandes problemas de salud que enfrenta el país. Sin embargo, otros trastornos de la alimentación muy publicitados a nivel mundial también se han hecho presentes en México, la anorexia, por ejemplo, tema que también abordamos en este número.

En el marco del Día mundial de la alimentación, a celebrarse el 16 de octubre, conviene reflexionar sobre el acto de alimentarse, de sentarse a comer, de volver a darle a esta necesidad cotidiana toda la importancia que merece.

Comentarios y sugerencias: José Vasconcelos 208, piso 14, colonia Condesa, C. P. 06140, delegación Cuauhtémoc. Apartado postal 20600, México, D. F. Teléfono 5568-8722. Fax 5625-6700, ext. 1399. rconsumidor@profeco.gob.mx
Publicidad institucional: 5211-7419

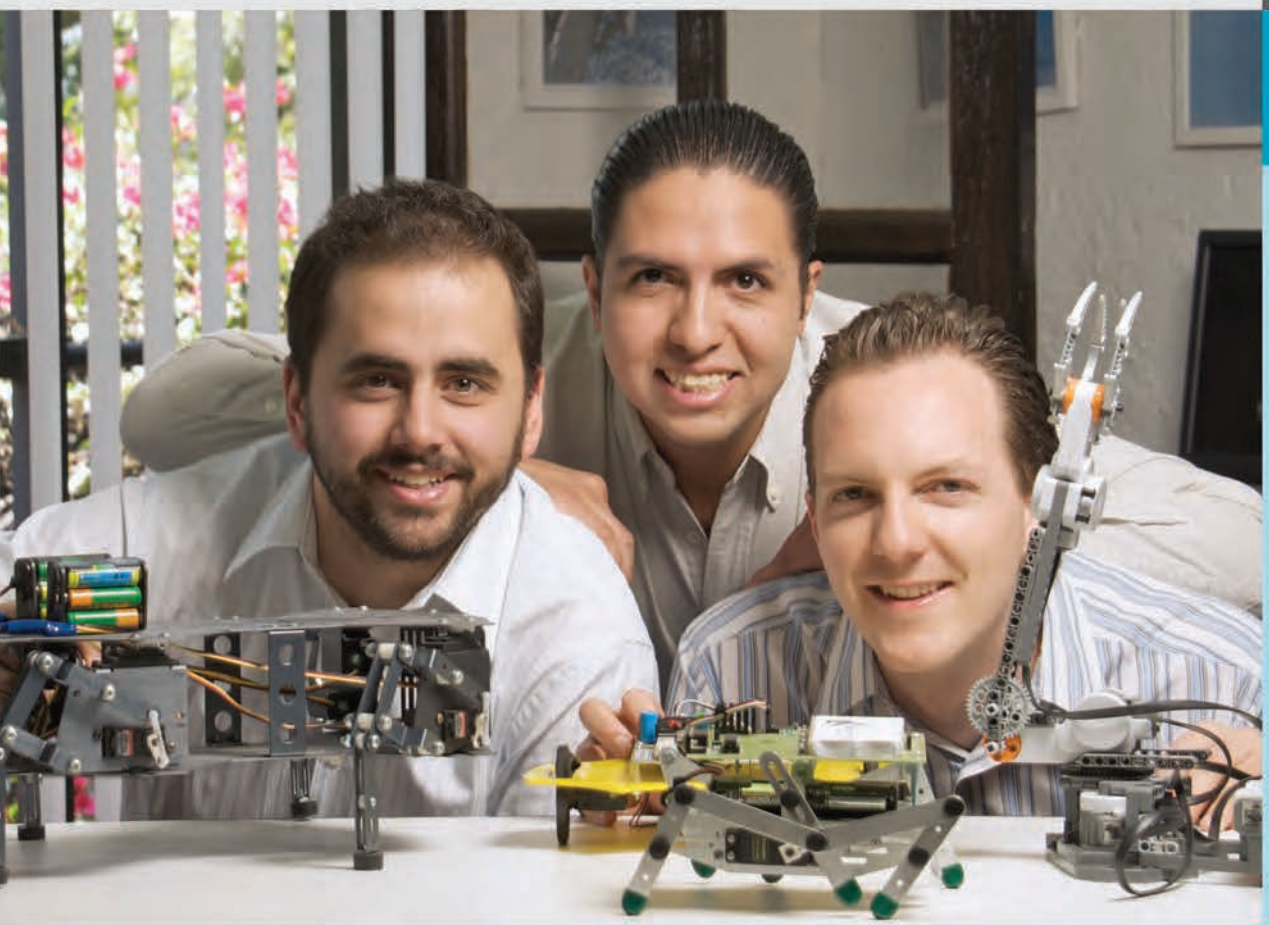
Semana Nacional PYME 2008

3 al 7 de noviembre ENTRADA GRATUITA

Centro Banamex • Av. Conscripto 311, Col. Lomas de Sotelo, México D.F.

GOBIERNO FEDERAL

SE



MICROBOTIX • nuevo Emprendedor apoyado por la Secretaría de Economía

Encuentra los apoyos y soluciones que necesitas para iniciar o fortalecer tu negocio: financiamiento, asesoría, capacitación, comercialización, innovación tecnológica, franquicias y conferencias magistrales de reconocidos líderes empresariales, que te ayudarán a ser más competitivo.

Este programa es público y queda prohibido su uso con fines partidistas o de promoción personal.

FONDO PYME

INFORMES Y PREREGISTRO: 01 800 410 2000
www.**semanapyme**.gob.mx
www.**economia**.gob.mx

Vivir Mejor

Sumario

Octubre 2008, Núm. 380

6 BUZÓN DEL LECTOR

8 YO, CONSUMIDOR

10 PROFECO CERCA DE USTED
Estrellas al rescate

12 PROFECO INFORMA
Gas LP en el súper

16 ALERTA AL CONSUMIDOR
Retiro voluntario de pedales de ruta marca KEO

17 MISCELÁNEA DEL CONSUMO

24 RADIOGRAFÍA DE LOS SERVICIOS
Televisión de paga

34 EL LABORATORIO PROFECO REPORTA
Sábanas

44 ENTREGA ESPECIAL
Trastornos alimentarios

56 ALIMENTACIÓN Y NUTRICIÓN
La porción sí importa

64 PLATILLO SABIO PROFECO
Banderillas de carne molida

TECNOLOGÍA DOMÉSTICA PROFECO
Tomates deshidratados

66 EL LABORATORIO PROFECO REPORTA
Reproductores portátiles de música MP3 y de video MP4

82 FORO DEL CONSUMO
La ansiosa búsqueda de la felicidad

Foto Archivo

CONAMED

Relaciones sanas entre médicos y pacientes

La CONAMED es una institución especializada, donde gratuitamente, a través de la orientación, la conciliación y el arbitraje les ayudamos a encontrar la solución justa.

5420 7000 **Lada sin costo 01 800 711 0658**

Vivir Mejor

http://www.conamed.gob.mx
orientacion@conamed.gob.mx

ALIANZA POR UN MÉXICO SANO

GOBIERNO FEDERAL

SALUD

ESTADOS UNIDOS MEXICANOS

Su opinión es importante

Envíenos sus comentarios acerca de la revista a Av. José Vasconcelos 208, piso 14, colonia Condesa, C.P. 06140, México, D. F., o por internet a rconsumidor@profeco.gob.mx. Esperamos sus cartas.*

Información definitiva

Quiero saber si me pueden brindar información sobre la depilación láser. He investigado y me interesa, pero como soy de piel sensible, no quiero equivocarme. Por otro lado, he encontrado muchas quejas sobre Neoskin y una de Depilitè. ¿Me podrían ayudar?
Jazmín

Antes de someterse a un tratamiento de depilación láser, consulte un dermatólogo de su confianza; considere, además, métodos, costos y riesgos para elegir la opción de servicio que más le convenga. Al respecto, en mayo de 2007 publicamos un artículo sobre depilación láser, mismo que puede consultar en www.profeco.gob.mx, en donde también encontrará información sobre las quejas de los establecimientos que dan este servicio registrados ante Profeco.

De buena rodada

Sólo quiero saber si tienen un estudio de calidad de llantas para vehículos. ¿Dónde puedo conseguir los resultados? De antemano gracias por la información.
Eliseo Pineda

En la edición de julio de 2006 publicamos el artículo Cómo comprar llantas, *en el que encontrará el significado de la información que aparece en los costados de la llanta, para que elija la adecuada a sus necesidades. También hay recomendaciones para antes de adquirir neumáticos, cómo cuidarlos y cambiarlos en caso de ponchadura. Aunque no contamos con un estudio de calidad, estamos seguros de que dicho artículo le será de utilidad.*

A la segura

Les pido que me envíen el artículo que publicaron sobre las empresas de vigilancia, ya que administro un condominio y necesito contratar el mejor servicio.

Elizabeth Joaquín

Usted puede ingresar a nuestra página en internet www.profeco.gob.mx y consultar Sistemas de seguridad residencial, *publicado en la edición 341 de julio de 2005. En la página principal vaya al link "Revista", y de ahí a "Artículos de números anteriores".*

*Las cartas enviadas a la *Revista del Consumidor* implican su consentimiento para que sean editadas y publicadas. Sus datos personales quedan protegidos conforme a los Lineamientos para la protección de datos personales emitidos por el IFAI (Instituto Federal de Acceso a la Información Pública).

SAR-TEL
Centro de Atención Telefónica del SAR

Aclara tus dudas sobre el
Sistema de Ahorro para el Retiro

Te daremos orientación y asesoría sobre:

- El **Sistema de Ahorro para el Retiro**
- Comisiones que **cobran las AFORES**
- Rendimientos (ganancias) que otorgan las **AFORES**
- **Saber en qué AFORE se encuentra tu Cuenta Individual**

(Para este punto es necesario que tengas a la mano tu número de Afiliación al IMSS, que puedes consultar en la hoja rosa, credencial azul y blanca, o directamente en la empresa donde laboras).

Teléfono :
01 800 50-00 747

Horario de Atención

Asesoría personalizada de Lunes a Viernes de 8:30 a 21:30 hrs.
y Sábados de 8:30 a 15:30 hrs.

Servicio automático de localización de tu Cuenta Individual
las 24 hrs. del día, los 365 días del año.

Envíenos sus experiencias relacionadas con la contratación de servicios y la compra de productos a Av. José Vasconcelos 208, piso 14, colonia Condesa, C.P. 06140, México, D.F., o a rconsumidor@profeco.gob.mx. No olvide incluir su nombre completo y una dirección o número telefónico donde podamos ponernos en contacto con usted.*

Otro mal viaje

Nos dirigimos a ustedes en busca de orientación ante el problema que tenemos con la Agencia de Viajes Turísticos y Ejecutivos, ubicada en la Avenida Sierra Leona 363, Lomas, 3ª sección, C. P. 78210, San Luis Potosí, con la que contratamos en marzo del presente año un viaje a Italia para 40 alumnos del Taller de Historia del Arte, que se imparte en la Universidad Autónoma de San Luis Potosí.

Resulta que la señora María del Refugio Narváez Tristán, encargada de esa agencia y alumna del citado taller, nos dio confianza, por lo que a cambio de los pagos aceptamos recibos provisionales, sin folio ni valor fiscal, con la promesa de que después los entregaría. Tampoco nos entregó nunca un contrato, a pesar de habérselo pedido, inclusive por escrito, en diversas ocasiones.

Por desgracia, en el viaje hubo numerosas anomalías, especialmente en el transporte, tanto aéreo como terrestre, que enumerar haría muy larga esta carta. Además hubo problemas de mal registro de las maletas, horarios y vuelos diferentes para algunas personas del grupo, suspensión del servicio de autocar tres de los 19 días que duró el viaje, pésimo trato personal del chofer, al grado de que encerró en el autobús a una parte del grupo por no bajarse en una parada que él dispuso y que estaba fuera del itinerario, cobro de 200 dólares extra por persona, suspensión de una cena de clausura en Roma, etcétera.

Ante la negativa de la señora Narváez a firmar algo que la comprometa con nosotros y aceptar reclamaciones sólo a través de su abogado, pido a ustedes asesoría para hacer valer nuestra queja y la publicación de esta carta en su revista, pues no aceptamos que este tipo de conducta quede en la impunidad y no tenga consecuencias para la responsable.

Lucía Delgado Oviedo y 30 personas más

Todo proveedor tiene obligación de otorgar al consumidor por escrito los precios, tarifas, garantías, términos, plazos, fechas, modalidades, reservaciones y demás condiciones conforme a las cuales hubiese ofrecido o contratado el bien o servicio con el consumidor, así como indicar de manera clara los itinerarios y servicios a proporcionar. Si el proveedor no respetó o cumplió sólo a medias con lo ofrecido, usted puede acudir a la oficina de Profeco en San Luis Potosí, ubicada en Avenida Fray Diego de Basalenque 113, colonia Jardín, San Luis Potosí, San Luis Potosí. Independientemente de que sólo haya entregado recibos provisionales, si usted cuenta con el domicilio de la referida agencia, puede presentar su inconformidad. Para ello, debe llevar lo siguiente:

1. Nombre y dirección del consumidor.

2. Nombre o razón social del proveedor, así como su dirección (calle y número, colonia, delegación o municipio, entidad federativa y código postal).

3. Documento que acredite la relación de consumo en original y dos copias (contrato, factura, recibo).

4. Identificación oficial en original y dos copias (credencial de elector, pasaporte, cédula profesional, etcétera).

5. Carta poder otorgada por los otros consumidores que deseen que usted funja como su representante.

Lo anterior es con la finalidad de que personal de Profeco lleve a cabo el análisis de los hechos y reúna la documentación correspondiente para, en su caso, formalizar su queja y comenzar con el procedimiento conciliatorio que permita la solución del problema que enfrentan usted y el grupo de viajeros.

No hay “interacción”

En junio del presente año tuve un accidente automovilístico y hasta el día de hoy (agosto 7) no me han entregado mi auto. Es una pena que en la compañía Aseguradora Interacciones no haya una persona dispuesta a solucionar mi problema. No se imaginan la cantidad de llamadas que he hecho y muchas ni siquiera las contestan, y en otras la respuesta es “enviaré un correo a fulano de tal”.

Mientras tanto los días transcurren y desgraciadamente la compañía no se hace responsable del tiempo y el dinero que esto me ha costado, ya que me vehículo es un taxi.

Espero que puedan publicar mi carta y la gente tenga cuidado con el tipo de seguro que contratan, porque Aseguradora Interacciones da un pésimo servicio. No estoy de acuerdo en que dejen trabajar a este tipo de empresas, pues uno las contrata para que brinden un servicio en caso de solicitarlo, no para agravar más la situación.

Miguel Ángel Keb Hernández

Si la reparación del automóvil se deriva del contrato que usted firmó con la Aseguradora Interacciones, ésta tiene la obligación de entregar la unidad en los términos estipulados. Usted puede exigir el cumplimiento del contrato a través de la Comisión Nacional para la Protección y Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros (Condusef), que es la institución encargada de atender problemas como el suyo. Con el fin de que su solicitud sea debidamente atendida, acuda a la oficina de Condusef que se encuentra ubicada en Fray Bartolomé de las Casas 199, entre Altamirano y Tuero Molina, colonia Zaragoza, en Veracruz, Veracruz; llame al 01-800-717-17-67 al 74, larga distancia sin costo, o bien, escriba un correo electrónico a vercond@condusef.gob.mx.

A todos nuestros lectores:

Les recordamos que esta sección es un espacio para que los consumidores compartan sus experiencias de consumo con los demás lectores. La *Revista del Consumidor* no tiene las facultades legales para intervenir en la solución de los problemas que se plantean, pero sí para brindar a los lectores la asesoría necesaria para que, a través de las instancias correspondientes (delegaciones Profeco, Condusef, Conamed, etcétera), resuelvan los conflictos que enfrentan con proveedores y prestadores de servicios.

***** Las cartas enviadas a la *Revista del Consumidor* implican su consentimiento para que sean editadas y publicadas. Sus datos personales quedan protegidos conforme a los Lineamientos para la protección de datos personales emitidos por el IFAI (Instituto Federal de Acceso a la Información Pública).

Estrellas al rescate

Las experiencias de Profeco en el país son ricas y muy diversas. Estar cerca de usted nos ha permitido aprender más y llevar puntualmente nuestras capacidades, tecnologías y materiales para lograr, entre todos, una mejor forma de consumir. En esta nueva sección, hemos recogido algunos de los momentos más destacados de nuestro quehacer comunitario.

Por Raúl Álvarez Sánchez
Encargado del departamento de Educación y Divulgación. Delegación Veracruz, Profeco

Foto Archivo

Son las Estrellas de Playa Linda, de Playa Chachalacas, Veracruz. No es un grupo musical ni un equipo de futbol femenil. Es una organización de consumidores entusiastas, francos y luchadores, como cualquier jarocho. ¿Su gran logró hasta ahora? Salvar una laguna declarada ecológicamente muerta.

"Hasta hace unos tres años, yo no sabía cómo administrar mi casa: el consumo de energía eléctrica, de agua, de alimentos... ahora sé cuánto y qué puedo consumir", confiesa con cierto sonrojo Nohemí Valladares Hernández, fundadora e integrante de las Estrellas de Playa Linda. Esta veracruzana, de 37 años de edad, dedicada a su hogar y madre de dos hijos adolescentes, nos platica cómo los cursos impartidos por Profeco mejoraron su calidad de vida, pero sobre todo, la de su comunidad.

Pelea por sus derechos

Sincera y sonriente, Nohemí no se detiene para reconocer que: "Yo no tenía ni idea de que existían unos derechos para poder defenderme ante las empresas o ante alguna institución, no sabía cómo actuar. A partir de que estoy en las clases de Profeco, he aprendido que como consumidora tengo derechos y debo conocer todos los beneficios que traen para mí".

Nohemí se siente orgullosa de lo aprendido, pues ahora puede aplicarlo en su vida cotidiana. De hecho, ejercer un consumo inteligente le ha dado mayor confianza en sí misma, y hasta el reconocimiento y admiración de sus hijos, porque les está dando, comenta, un ejemplo de fuerza: "Ahora a mis hijos ya les gusta que sea así. Al principio no tenían ni idea, me decían: *Mamá, por qué esto, por qué lo otro...* Ahorita ya les satisface, aunque a veces dicen que me salgo peleando con la gente, pero yo les respondo que lo único que hago es ejercer mis derechos como consumidora".

Pero ese fue sólo el primer paso, el siguiente era involucrar a sus vecinos para beneficiar a la comunidad. "Yo comencé a asistir a las capacitaciones de Profeco cuando se iniciaron en la Laguna de Lagartos, ya después se formó un grupo en la colonia Playa Linda".

Al rescate de los lagartos

La organización de consumidores Estrellas de Playa Linda se consolidó como un grupo de consumidores activos, solidarios, inteligentes, dedicados a cumplir objetivos en favor de su comunidad.

Ejemplo de lo anterior es cómo Nohemí y sus vecinos, utilizando el valor y la conciencia grupal que brinda la comunicación comunitaria, lograron el sueño de rescatar la Laguna de Lagartos. Al respecto, Nohemí comenta: "Bueno, me siento muy orgullosa de conseguir, junto con toda la comunidad, que nos hayan remodelado la Laguna de Lagartos. Ahora podemos salir a andar en bicicleta, se puede caminar y tomar aire fresco. Nos costó un poquito de trabajo que nos hiciera caso el ayuntamiento, pero lo logramos".

Y es que hasta hace unos meses, la Laguna de Lagartos (un lugar ecológicamente muerto, destruido y que estaba destinado a que lo taparan para construir casas sobre él) no era más que un monte de botellas de plástico, llantas, mosquitos y agua de drenaje: "Ahora ya tiene un área para bicicletas, un área para caminar, luz, bancas... ya podemos ir a a distraernos un poco", comenta con orgullo Nohemí.

Los nuevos retos

La organización de consumidores Estrellas de Playa Linda seguirá capacitándose día a día para apoyar a sus familias y a quien lo solicite, como lo menciona Nohemí: "Les cuento que las Estrellas visitamos la telesecundaria Cuauhtémoc, ya que una de las maestras nos pidió que les mostráramos a los alumnos lo que aprendimos en Profeco. Les enseñamos tecnologías domésticas, como gel para el cabello, cloro, limpiador de pisos... muchas cosas para beneficio propio y de sus hogares".

En cuanto a Nohemí Valladares, mujer fuerte, luchadora e incansable, ahora se da tiempo para ayudar a sus vecinos. "Hay personas que saben que voy a la organización de consumidores y me preguntan sobre varios temas; si sé, los oriento, pero si no, los mando a Profeco o le pregunto a Raúl Álvarez, que es quien nos viene a dar la capacitación. Sé que Profeco está cerca de mí... y bastante", señala con seguridad.

Foto José Rodríguez

Gas LP en el súper

De los 15 millones de familias que utilizan gas LP, **ocho millones** lo adquieren en cilindros. A estos consumidores les agradará saber que ahora también podrán comprar sus **tanques** (los tradicionales de metal y otros de nuevas tecnologías) en **establecimientos comerciales**. Conozca **las ventajas** de esta nueva forma adquirir **gas LP.**

En nuestro país, el consumo anual de gas LP por habitante es de 74 kg, el cual se compra envasado principalmente en los llamados cilindros. En este orden de ideas y con la finalidad de promover el desarrollo de la industria, generar mayores alternativas de comercialización y beneficios para los usuarios finales del energético, el pasado 5 de diciembre de 2007 se emitió la actualización del Reglamento de Gas Licuado de Petróleo, mismo que prevé que los establecimientos comerciales se conviertan en un nuevo punto de venta de este combustible a nivel nacional.

La seguridad ante todo

La distribución del gas LP en establecimientos comerciales permitirá diversificar considerablemente su oferta, al crear puntos de venta en lugares de fácil acceso para el consumidor, los cuales en todo momento, al igual que las instalaciones tradicionales de almacenamiento, deberán cumplir con las condiciones de seguridad necesarias en términos de la normatividad aplicable.

Además, en esta forma de comercialización, se utilizarán recipientes portátiles ergonómicos, de fácil manejo, cuyas dimensiones y peso total permitirán al consumidor transportar el combustible de manera segura.

Más aún, con la finalidad de que el consumidor esté seguro de la integridad de los equipos que instalará en su domicilio, también se vigilará en los establecimientos comerciales las condiciones de los recipientes utilizados en la distribución de gas LP.

En las nuevas opciones de distribución los consumidores encontrarán recipientes más pequeños que los tradicionales, lo que representa una alternativa para aquellos usuarios que no deseen adquirir cantidades mayores a 20 kg. Además, el combustible podrá comprarse en horarios diferentes a los que brinda el servicio de distribución tradicional (los camiones).

Nueva tecnología, mayor seguridad

El nuevo Reglamento de gas LP también permite la aplicación de nuevas tecnologías en los contenedores de gas: ahora pueden ser de acero microaleado, acero inoxidable y materiales compuestos. Entre las principales ventajas del acero microleado está la experiencia de más de 50 años en el almacenamiento de gas LP, además de brindar elevados estándares de resistencia bajo condiciones óptimas de mantenimiento. Por su

¿Quejas?

En caso de inconformidad con el servicio de abastecimiento de gas LP, llame al 5568-8722 si vive usted en el Distrito Federal y área metropolitana, o al 01-800-468-8722, larga distancia sin costo desde cualquier otro lugar de la República Mexicana, para que le indiquen cómo y dónde puede presentar su queja.

parte, los cilindros de acero inoxidable tienen la ventaja de contar con la máxima resistencia a la corrosión, por lo que su uso es recomendable en zonas costeras con altos índices de salinidad. Finalmente, los de materiales compuestos brindan la posibilidad de ser traslúcidos, lo que permite al consumidor verificar el contenido de gas LP. Asimismo, dichos recipientes son altamente resistentes al fuego, lo que erradica la probabilidad de explosiones en situaciones extremas. Y en general, los nuevos tipos de envase presentan una mayor resistencia a golpes y un mayor tiempo de vida útil (entre 15 y 30 años).

Por otra parte, ahora los recipientes pueden utilizar válvulas con un sistema de seguridad (denominado *check*), que impide la salida de gas (aun con el maneral abierto) mientras el cilindro no se encuentre conectado en la instalación del consumidor, quien podrá exigir al distribuidor que el recipiente adquirido cuente con este mecanismo de seguridad. Así, los usuarios de gas LP tendrán a su disposición cilindros fabricados con materiales hoy utilizados en países desarrollados para almacenar de manera segura este combustible.

Beneficios al consumidor

La distribución de gas LP presenta áreas de oportunidad que pueden ser atendidas con la nueva modalidad de distribución, lo que implica mejoras significativas para el usuario:

a) Certeza de obtener la cantidad correcta de gas

En algunos casos los consumidores han recibido menos producto del que realmente pagaron.

b) Ampliar los horarios de servicio

El consumidor no siempre se encuentra en los horarios en los que pasa el vehículo de reparto debido a que, a diferencia de la distribución a tanque estacionario, el servicio de distribución de recipientes no se presta sobre pedido.

c) Evitar gastos innecesarios

Ante la incertidumbre de horarios del repartidor, cerca del 55% de los hogares que consumen gas LP en cilindros necesitan tener dos recipientes para no quedarse sin combustible.

d) Seguridad en el intercambio del recipiente

Para evitar que les den equipos en mal estado, los consumidores están cada vez más renuentes a intercambiar sus recipientes.

e) Cercanía de puntos de venta

Con objeto de conservar sus recipientes en buen estado, los consumidores se ven en la necesidad de acudir a sitios lejanos para el abastecimiento de gas LP, y así evitar el intercambio de sus cilindros.

f) Contar con más de una alternativa de abasto

Debido al denominado "reparto de zonas", existen regiones en donde el consumidor depende de los servicios de un solo proveedor para su abastecimiento.

g) Nuevas presentaciones de cilindros para el mercado de bajo consumo

Los consumidores no siempre cuentan con dinero necesario para adquirir 20 kg o más de gas LP.

Sus derechos

Con la puesta en marcha de las disposiciones antes descritas, el gobierno federal reafirma su compromiso de establecer políticas que promuevan el bienestar y seguridad de la población. Debido a lo anterior, y en lo que se refiere al mercado de venta de gas LP, le brindamos algunas recomendaciones para que usted conozca y elija el servicio que más le convenga:

- **Considere las alternativas de distribución.** Gracias al nuevo Reglamento de Gas LP, existen cuatro posibilidades para adquirir este combustible: reparto de cilindros en domicilio, ventas de pipa a tanque estacionario, ventas en plantas o bodegas tradicionales y ahora ventas en establecimientos comerciales (supermercados, tiendas de autoservicio y estaciones de servicio). Por ahora existen ocho puntos de venta en el Estado de México (Bodegas Aurrerá) y uno en el D.F. (Wal-Mart Tláhuac), **pero la oferta se irá incrementando conforme los mismos consumidores demanden este servicio y se vayan otorgando los permisos correspondientes.** Para la ubicación de los establecimientos consulte http://www.sener.gob.mx/webSener/portal/index.jsp?id=56.
- **Elija al mejor distribuidor.** Identifique el nombre, razón social o marca comercial del distribuidor que le presta el servicio, y constate que se encuentra registrado como empresa con permiso federal para llevar a cabo la distribución de gas LP. Puede verificar esta información en las páginas electrónicas www.profeco.gob.mx o en www.energia.gob.mx.
- **Elija el cilindro que más se apegue a sus necesidades de consumo.** Tenga en cuenta que los cilindros utilizados para la distribución de gas LP pueden estar fabricados a partir de materiales metálicos o de materiales compuestos.
- **Pida su nota de venta.** Asegúrese de recibir su nota de venta por la cantidad de combustible adquirida, en la que se indique la razón social del proveedor y el precio vigente del gas LP. Con dicha nota usted estará protegido por el seguro de responsabilidad civil con el que deben contar todos los distribuidores.
- **Exija cilindros en buen estado.** Revise el estado físico del recipiente que vaya a recibir, asegurándose de que no presente fugas, protuberancias, picaduras, abolladuras, cavidades, corrosión o evidencia de haber sido

Foto José Rodríguez

> “Para evitar cualquier incidente en el manejo del gas LP, asegúrese de que su instalación se encuentre en buen estado.”

expuesto al fuego. Usted tiene derecho a no aceptar cilindros que presenten cualquiera de estas fallas.

- **Identifique que su distribuidor cuente con servicio de atención de fugas.** Solicite los números telefónicos del servicio de atención de fugas. El distribuidor está obligado a proveer dicho servicio en forma directa o a través de terceros. Constate que dichos números telefónicos correspondan al servicio referido, y si su domicilio se encuentra dentro del área de servicio.

Otras recomendaciones

- Para evitar cualquier incidente en el manejo del gas LP, asegúrese de que su instalación de gas se encuentre en buen estado.
- En la instalación de cilindros no abra la válvula antes de que el recipiente se encuentre debidamente conectado al *pigtail* (cola de cochino).
- Los cilindros deben instalarse únicamente en exteriores y durante el día; evite las instalaciones nocturnas.
- Procure ubicar los cilindros en lugares ventilados y evitar la exposición directa a la luz solar.
- Una vez instalado el recipiente, proceda a abrir la válvula. Se recomienda verificar la inexistencia de fugas con solución jabonosa (formación de burbujas).
- En caso de servicios al tanque estacionario de su domicilio, tenga presente la capacidad de almacenamiento del mismo. De ser posible constate directamente los porcentajes inicial y final que indique el medidor de su tanque, antes y después de cada servicio, respectivamente, y compárelo con la cantidad indicada en la pipa del distribuidor. En caso de tener medidor de metros cúbicos, utilice el factor de conversión publicado en la página web de Profeco, para conocer el valor en litros.

Fuente Dirección General de Gas LP, Secretaría de Energía (Sener)

Alerta al consumidor

Retiro voluntario de pedales de ruta marca KEO

Profeco le informa que la Comisión para la Seguridad de los Productos de Consumo de Estados Unidos (CPSC, por sus siglas en inglés), en cooperación con la compañía Look Cycle USA, anunciaron el retiro voluntario del mercado de los pedales de carrera (ruta) de la marca KEO que fueron manufacturados entre enero de 2004 y diciembre de 2005, mismos que posiblemente podrían presentar como falla el rompimiento del eje de acero en el interior del pedal, provocando un riesgo de caída para los ciclistas.

Elite Bike es la empresa autorizada para la distribución y venta en México de los pedales incluidos en el retiro voluntario, misma que informó que en nuestro país se comercializaron 691 pares de pedales, los cuales pueden ser identificados por el mes y año de manufactura que se localizan en código en la parte inferior de los pedales:

Modelo	Cómo identificar la fecha de producción
KEO Classic, KEO Sprint y KEO Carbón Cromoly / IRONMAN Cromoly	En la parte inferior del pedal se encuentra un estampado y en el mismo está impreso el mes y el año de fabricación; la punta de la flecha señala el número de mes y los números a los costados de la flecha representan el año.
KEO HM Cromoly / IRONMAN Cromoly	En la parte inferior existe un código alfanumérico con las letras de la A a la L, que representan los meses (por ejemplo A = Enero, B = Febrero,... L = Diciembre) y luego un número para el año de producción, 4 = 2004 y 5 = 2005. Ejemplo general: L 5 = Diciembre de 2005.

Si usted tiene en su poder cualquiera de los modelos de pedales incluidos en el retiro, deje de usarlos inmediatamente y llévelos con su distribuidor autorizado más cercano, donde sustituirán los ejes sin costo alguno.

Para obtener mayor información relacionada con el retiro y centros de servicio, puede consultar el sitio www.lookcycle.com/upgradekeo, o bien, contactar a un representante de la empresa en el número telefónico 01-800-690-1618 extensión 5, en un horario de 9:30 a 13:30 y de 15:30 a 19:30 horas, y/o escribir al correo electrónico alma.fraire@gmail.com.

En caso de que la empresa se niegue a brindarle atención, acuda a la delegación Profeco más cercana a su domicilio a presentar su queja, o llame al Teléfono del Consumidor: 5568-8722 en el Distrito Federal, o 01-800-468-8722, larga distancia sin costo desde cualquier otro punto de la República Mexicana.

Por Maru Monroy

A partir de la segunda semana de septiembre de 2008, en México ya es posible realizar transacciones comerciales seguras, cómodas y rápidas utilizando mensajes de texto de celulares.

Ahora los hoteles de superlujo ofrecen servicios espectaculares o extravagantes: menús a la carta para perros o mayordomos para bebés. ¿Cómo le gustaría hospedarse a usted?

No más cacahuates en el aire. United Airlines es la primera aerolínea que suprime los alimentos en sus vuelos internacionales... a menos que el cliente los pague.

Fotos archivo

Hospedaje hiperpersonalizado

Cuando un hombre o mujer de negocios viaja por trabajo, generalmente busca lo mismo en un hotel: habitaciones confortables con una o dos líneas telefónicas, escritorio, centro de negocios, acceso a internet y *check-out express*. Sin embargo, cuando se trata de viajes de auténtico lujo y placer, los hoteles crean servicios que sus huéspedes difícilmente encontrarán en otros lugares.

Recientemente, la versión en línea de *Forbes* realizó una investigación sobre las amenidades más decadentes y los servicios más peculiares que ofrecen algunos hoteles de lujo. La oferta va más allá de conseguir los boletos para el juego de futbol más cotizado, aun cuando las entradas ya estén agotadas. Por ejemplo, el hotel Keswick Hall en Virginia, Estados Unidos, ofrece el servicio de mayordomo de bebés, es decir, si un huésped necesita que alguien caliente las mamilas, prepare una papilla gourmet o arrulle a su bebé en una mecedora mientras los padres salen a cenar, podrá contar con ello, así como con patos de goma para la tina y sábanas llamativas para los niños.

Por su parte, el hotel Ritz de Madrid coloca batas con el monograma de sus huéspedes antes de su llegada, mientras que en el hotel Jade Mountain, en el Caribe, todas las noches se pone un poema diferente sobre la almohada al realizar el servicio de cama.

Algunos hoteles se enfocan en el servicio a las mascotas, como el Lowell de Nueva York, que cuenta con menú a la carta para mascotas. Otro ejemplo: el Conrad Bangkok ofrece a sus huéspedes tarjetas de presentación en chocolate blanco u oscuro, mientras que El Península de Hong Kong cuenta con habitaciones inteligentes donde las cortinas, las luces, el aire acondicionado y la televisión se regulan por medio de controles.

Sin embargo, los tratamientos en spas son el talón de Aquiles para muchos hoteles, aunque también la vuelta de tuerca cuando de lujo se trata. El Conrad Maldivas, en la isla Rangali, basa sus tratamientos en rituales de color que van de acuerdo con los chakras de los huéspedes. Nada tan exclusivo como un servicio personalizado.

Fuente Forbes.com

Foto Archivo

Pago con celular

A partir de la segunda semana de septiembre de 2008, en México ya es posible realizar transacciones comerciales seguras, cómodas y rápidas utilizando mensajes de texto de celulares. Lo necesario para utilizar este servicio es ser tarjetahabiente de algún banco y contar con un celular. Por ejemplo, para obtener un refresco de una máquina expendedora, usted podrá teclear en su celular la clave de la máquina, un nip de cinco dígitos proporcionado por su banco, el monto de la transacción y listo; la máquina expendedora procesa los datos, descuenta el monto correspondiente y libera la bebida. En esta primera etapa sólo se podrán hacer compras de tiempo aire y participan unos pocos comercios, pero en la segunda etapa, programada para el primer semestre de 2009, se prevé que se puedan pagar muchos productos y servicios más.

De acuerdo con el Fondo de Infraestructura para Medios de Pago (Fimpe) y las principales instituciones financieras del país, se trata de una forma de pago de alta seguridad, cómoda y de gran alcance, pues en México existen alrededor de 44 millones de celulares en funcionamiento. Cabe mencionar que este servicio estará regulado por la Comisión Nacional Bancaria y de Valores (CNBV).

Hasta ahora participan Iusacell y Movistar, pero no Telcel; y de los bancos están en el acuerdo Bancomer, Banamex, Santander, HSBC, Scotiabank, Inbursa, Ixe, Banco Azteca, Mifel, Banco del Bajío, Banregio y Bansi.

Fuente www.fimpe.org.mx

Foto Archivo

No más cacahuates en el avión

Si piensa viajar en clase turista por United Airlines, prepare su torta y lleve sus cacahuates, pues desde el 2 de septiembre pasado la aerolínea estadunidense dejó de ofrecer galletas y pretzels en sus vuelos en Norteamérica, tanto en vuelos domésticos como internacionales, y a partir del primero de octubre la medida se expandirá a los vuelos entre Washington D.C. y Europa.

La noticia fue dada a conocer a través de un memorando que la compañía envió a sus sobrecargos, y que obtuvo el diario *San Francisco Chronicle*. El motivo, argumenta la compañía, es reducir costos ante el alza en los precios de los combustibles, por ello ahora los viajeros deberán gastar un poco más si desean comer a bordo de sus aviones. Con esta medida, United Airlines se convierte en la primera aerolínea que suprime los alimentos en sus vuelos internacionales... a menos que el cliente los pague.

Los viajeros, además, enfrentarán un incremento en el costo de los alimentos que ofrece United Airlines a partir del primero de octubre. Cuando se trate de alimentos frescos como sándwiches o ensaladas, la tarifa subirá de 7 a 9 dólares, y si se trata de cajas con refrigerios que incluyan queso, galletas, frutas, yogur y pastelería, se incrementará de 5 a 6 dólares. Y también, a partir de esta fecha, quienes viajen en vuelos dentro de Estados Unidos en Business Class dejarán de recibir comidas durante el recorrido, a excepción de los vuelos entre Nueva York y las ciudades de San Francisco y Los Angeles.

Las páginas web que promueven la defensa de los consumidores se preguntan si esta medida realmente beneficia a los viajeros y a la compañía, ya que para los clientes, el servicio también se mide en galletas y cacahuates.

Fuentes *San Francisco Chronicle*, 19 y 20 de agosto 2008 • *Bloomerg News*, 20 de agosto 2008 • Consumerist.com • Cheapflights.com

Fotos Archivo

SIMPOSIO Metrología 2008

CENAM
CENTRO NACIONAL DE METROLOGÍA

ESTADOS UNIDOS MEXICANOS

Simposio Metrología 2008

Octubre 22, 23 y 24, Santiago de Querétaro, Qro., México

El Centro Nacional de Metrología (CENAM) extiende una cordial invitación a todos aquellos interesados, investigadores, profesionistas, especialistas en metrología (mediciones, calibraciones, ensayos, análisis químicos), así como a directivos y representantes de empresas o instituciones relacionadas con las mediciones, a participar en el *Simposio de Metrología 2008,* que se llevará a cabo del 22 al 24 de octubre del presente año en la ciudad de Querétaro.

Programa general:

- Conferencias por especialistas de alto nivel nacionales e internacionales
- Sesiones simultáneas con presentación de trabajos orales y carteles
- Cursos cortos previos al simposio
- Reuniones de trabajo en diferentes campos de la metrología
- Exhibición y presentaciones de instrumentos y equipos para metrología

Temas:

- Mediciones electromagnéticas
- Tiempo y frecuencia
- Temperatura y humedad
- Óptica
- Mediciones analíticas y materiales de referencia
- Acústica y vibraciones
- Metrología dimensional
- Sistemas de calidad
- Comparaciones entre labs. y pruebas de aptitud
- Educación en metrología
- Fuerza y presión
- Masa y densidad
- Flujo y volumen
- Viscosidad y reología
- Metrología en química
- Radiación ionizante
- Herramientas estadísticas aplicadas a la metrología
- Normalización
- Acreditación

Para cualquier información sobre este evento favor de consultar el sitio:
www.cenam.mx/simposio2008/
o enviar un correo electrónico a: **Simposio2008@cenam.mx**
Información turística: **http://www.queretaro.travel/espanol.html**

Vivir Mejor

VCR
DISPLAY
INPUT
1
2
3
4
5
6
7
8
9
0
ENTER
100
FLASHBACK
PERSONAL PREFERENCE
A
B
C
CH

TV Revista del Consumidor

- Tecnologías Domésticas
- Platillo Sabio a Domicilio
- Reportajes especiales sobre consumo
- Información sobre los mejores productos a los mejores precios... y todo lo que necesita saber para consumir mejor

Transmitimos en todo el país en los horarios de RTC y ahora también por internet en:

http://media.terra.com.mx/consumidor.htm

todos los viernes a las 10:30 a.m.

Profeco

Vivir Mejor

Televisión de paga

Por Amadeo Segovia Guerrero y Miguel Ángel Godínez García

Entra a la competencia el triple play (TV, teléfono e internet), jugada que revolucionará el servicio de televisión de paga... Pero antes de llegar a las ligas mayores del entretenimiento y la comunicación, conviene saber qué le ofrecen y cuánto le cuestan los llamados "paquetes" de las distintas televisoras. **¿Cuántos canales prefiere, 20, 50 o más? Con esta información usted tiene el control.**

Ilustraciones Víctor M. Gutiérrez y Mónica Miranda

En México, la televisión por cable se encendió por primera vez en los años 60, aunque, claro, no existían tantos actores en la industria de la pantalla restringida como en la actualidad. Hoy, uno de cada cuatro hogares mexicanos cuenta con televisión de paga, así que los tipos de servicio, las opciones de contratación y los contenidos para atraer a tan atractivo nicho de mercado son desconcertantes de tan numerosos.

Antes de entrar de lleno al tema, déjenos comentarle que el mercado de la televisión de paga se divide en las siguientes tres modalidades:

Televisión por cable o cable coaxial. Se conecta directamente a los televisores (fue la primera tecnología de este tipo).

Transmisión por microondas. Las señales se transmiten a través del aire. Para que el usuario pueda captarlas en su televisor, necesita contar con una antena especial y un aparato decodificador que interprete estas señales.

Televisión directa por satélite. En general, requiere de una antena parabólica y de un decodificador para transmitir la señal. Este sistema ofrece una mayor calidad de imagen y sonido, además de que la señal se puede captar en todo el país.

Las empresas que proporcionan el servicio de televisión de paga, en cualquiera de sus modalidades, ofrecen diversos paquetes de canales de acuerdo con las condiciones que el mercado establece, es decir, pueden cambiar la programación de los mismos según la oferta y demanda, e incluso podrían desaparecer o adicionar algún canal. Pero la variedad de contenidos es sólo la primera estrategia que estas empresas utilizan para ofertar sus servicios.

> “En www.profeco.gob.mx, en el boletín Brújula de Compra de octubre del año en curso, podrá consultar los precios de otros paquetes que ofrecen las compañías.”

Futbolistas en exclusiva

Lo primero es animar al cliente, por lo que los operadores de televisión restringida utilizan diversas estrategias para atraer consumidores: desde servicios interactivos que permiten al suscriptor interactuar con su televisor mediante un control remoto convencional o un teclado de computadora, pasando por descuentos por pago anticipado, hasta la modalidad de prepago, bastante conveniente para quienes gustan de pagar sólo lo que ven y sin firmar plazos forzosos.

Pero el gancho de ganchos se da en el box... y en el futbol soccer ("La liga española sólo por..."), futbol americano, conciertos, *reality shows*... es decir, uno de los mayores atractivos de la TV de paga es la transmisión exclusiva de eventos deportivos, de entretenimiento y hasta culturales. Otro tipo de beneficios que ofrecen las empresas son planes de lealtad, promociones al 2x1, canales de películas exclusivas, programación gratis por un mes, canales de audio y de eventos especiales, entre otros.

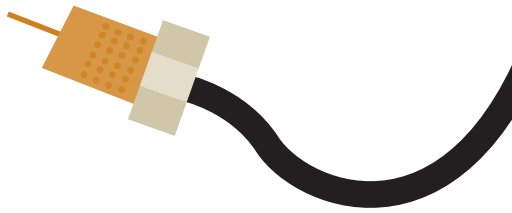
Así pues, la decisión de cuál sistema de televisión de paga contratar no es tan sencilla porque, además de que en el mercado existe una gran cantidad de paquetes de programación, influyen factores como el presupuesto (posiblemente el más importante), la cobertura de la empresa y hasta las condiciones físicas del hogar.

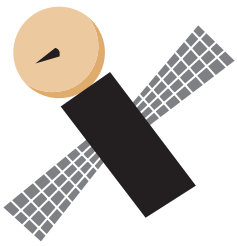
En general, el proveedor busca facilitar la búsqueda al proporcionarnos información sobre algunos conceptos: precio de la suscripción, renta mensual, número de televisores por contratación del paquete, costo adicional por el servicio a otro televisor, pago por la reconexión del equipo y número de canales a los que tendremos derecho. Sin embargo, ¿quién tiene tiempo para recabar todos estos datos en las distintas empresas?

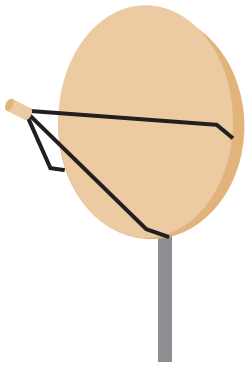
Para orientarle sobre las tarifas que ofrecen algunos proveedores de televisión restringida, personal de la Dirección General de Estudios sobre Consumo de Profeco, recabó información sobre paquetes básicos en nueve estados: Coahuila, Colima, Chiapas, Distrito Federal y su área metropolitana, Michoacán, Nuevo León, Tabasco, Sinaloa y Yucatán.

Telehogares de paga

Hasta diciembre de 2007, de acuerdo con la Comisión Federal de Telecomunicaciones (Cofetel), 6.5 millones de hogares recibían servicios de televisión de paga, lo que representa 24.7% del total de telehogares del país.
En la última década, los tres segmentos de la televisión restringida tuvieron un crecimiento promedio anual por encima de 10%.







Usuarios de televisión restringida (Cifras en miles)

Año	Por cable	Microondas	Vía satelital	Total
1998	1,616	288	308	2,212
1999	1,972	355	491	2,818
2000	2,221	346	668	3,235
2001	2,493	329	869	3,691
2002	2,529	272	980	3,781
2003	2,659	512	1,000	4,171
2004	2,952	692	1,128	4,772
2005	3,391	874	1,181	5,446
2006 (p)	3,955	725	1,339	6,019
2007(p)	4,270	729	1,449	6,448
Crecimiento promedio anual	11.4%	10.9%	18.8%	12.8%

Nota: (p) Los datos son preliminares.

Fuente: Dirección General de Estudios sobre Consumo de Profeco con información de la Comisión Federal de Telecomunicaciones.

Precios y características del paquete básico que ofrecen algunas empresas en varias entidades de la República Mexicana (cifras en pesos).

Entidades	Empresa	Paquete	Suscripción o instalación	Renta mensual	Costo adicional por otro televisor	Reconexión del equipo	Núm. de televisores	Núm. de canales	Costo anual
Cable									
Coahuila	Televisión de Monclova (Monclova, Castaños y San Buena Aventura, Coahuila)	Básico	575.00	345.00	172.50	172.50	1	47	4,140.00
	Televisión del Norte de Coahuila (Piedras Negras)	Básico	266.59	271.81	78.41	78.41	2	68	3,261.77
Colima	Telecable de Manzanillo (Manzanillo y Tecomán)	Básico	135.46	184.00	45.46	39.00	2	41	2,208.00
	Mascom (Colima, Cuahutémoc e Ixtlahuacan)	Econocable	460.00	184.00	92.00	40.25	1	38	2,208.00
Chiapas	CVS del Soconusco (Tapachula, Chiapas)	Básico	418.19	271.81	NE	104.55	4	59	3,261.77
	Cable de Tuxtla (Tuxtla y Chapa de Corzo)	Básico	NE	295.00	NE	NE	1	64	3,539.98
Distrito Federal	Sistemas Interactivos de Telecomunicaciones (Tláhuac México)	Básico	230.00	230.00	69.00	69.00	1	52	2,760.00
	Cablevisión	Básico digital	398.99	289.00	55.00	398.99	1	60	3,467.94
Michoacán	Telecable Centro de Occidente (Morelia y Pátzcuaro, Michoacán, con ampliación de Cobertura a Zinapécuaro de Figueroa, Araró, Tiripetio, Lagunillas, Huiramba, Tenencia Morelos y municipios de Tarímbaro)	Básico	417.00	345.00	192.00	192.50	4	89	4,140.00
	TV de Uruapan	Básico	189.75	240.01	63.00	82.00	1	70	2,880.06
Nuevo León	Francisco Antonio González Sánchez (Linares con ampliación en Hualahuises y Montemorelos)	Básico	189.00	167.13	66.00	55.00	1	35	2,005.55
	Internacional Lamothe (San Nicolás de los Garza, Nuevo León, con ampliación de cobertura a General Escobedo y Apodaca)	Básico	215.00	210.00	57.00	30.00	1	99	2,520.00
Tabasco	Televisión por Cable de Tabasco (Villa Hermosa, Macultepec-Ocuiltzapotlán, Tabasco, Comalcalco, Cárdenas, Cunduacán y Huimanguillo)	Básico	275.00	315.00	70.00	50.00	De 1 a 2	67	3,779.96
Sinaloa	Internacional Lamothe (Costa Rica, municipio de Culiacán) Básico	Básico	215.00	209.99	57.50	30.00	NE	40	2,519.88
Yucatán	Cable Diversión (Tizimín)	Básico	402.50	184.00	126.50	161.00	2	21	2,208.00
	Telecable de Chihuahua (Puerto Progreso, Yucatán)	Básico	310.01	200.00	120.00	110.00	1	49	2,399.96

Precios y características del paquete básico que ofrecen algunas empresas en varias entidades de la República Mexicana (cifras en pesos). (*Continuación*)

Entidades	Empresa	Paquete	Suscripción o instalación	Renta mensual	Costo adicional por otro televisor	Reconexión del equipo	Núm. de televisores	Núm. de canales	Costo anual
Microondas									
(DF y otras entidades)	MVS Multivisión (Edo. México, Mérida, Monterrey, Tuxtla Gutiérrez, Villa Hermosa)	MASTV	398.99	99.00	NE	NE	1.00	15	1,188.04
Tuxtla Gutiérrez Chiapas	Canal Plus	MASTV	398.99	99.00	NE	NE	De 1 a 5	15	1,188.04
Torreón	Ultra TV de Torreón (La Joya, Santa Fe, San Agustín, La Unión, Flores Magón, El Águila y Jabonoso, Coahuila, Gómez Palacio y Ciudad Lerdo, Durango)	Básico	99.99	84.26	NE	NE	De 1 a 5	14	1,011.13
Satelital									
Cobertura nacional	SKY (Pospago)	Básico	599	389.00	100.00	NE	1.00	123 (*)	4,667.99
	SKY (Prepago)	Ideal	450	320.00	NE	NE	1.00	158(**)	3,839.99

Fuente Dirección General de Estudios sobre consumo de Profeco, con información de la Comisión Federal de Telecomunicaciones (Cofetel).

Notas:
NE No especifica / (*) 73 de video y 50 de audio / (**) 108 canales de video (Incluye 18 canales de servicio) y 50 canales de audio / Los precios son únicamente de referencia y fueron recabados en agosto de 2008, por lo que a la fecha de la publicación pudieron haber cambiado / La información presentada es de carácter estrictamente informativo. Con base en el Artículo 44 de la Ley Federal de Protección al Consumidor, los resultados de las investigaciones, encuestas y monitoreos emitidos por la Procuraduría Federal del Consumidor no podrán ser utilizados por las empresas o proveedores con fines publicitarios o comerciales.

Exija sus derechos

Éstas son algunas obligaciones de las empresas prestadoras del servicio de televisión de paga, estipuladas en el Reglamento del Servicio de Televisión y Audio Restringidos de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes:

- Proporcionar atención al público y solución de quejas durante las 24 horas, los siete días de la semana.
- Reparar las fallas del servicio dentro de las 24 horas hábiles siguientes al reporte de las mismas.
- Cuando el servicio sea suspendido parcial o totalmente por más de 24 horas consecutivas, a partir de la recepción del reporte del consumidor, la empresa deberá bonificar o abstenerse de cobrar a los suscriptores la cantidad que proporcionalmente corresponda.
- A partir de la firma del contrato, la instalación del servicio deberá realizarse en un tiempo no mayor a 10 días hábiles.
- Por lo menos con 15 días naturales de antelación, las empresas deberán avisar a los suscriptores cualquier incremento de tarifas.
- Para la contratación de programación de pago por evento (PPV o PPE) deberán informar previamente a los suscriptores del costo de cada contratación.
- Cuando la empresa modifique su programación o la distribución en su red de canales que transmite, deberá informar a sus suscriptores, con un mínimo de 10 días naturales, la identificación de las señales ofrecidas y el número de canal correspondiente a cada una de ellas en el equipo terminal.
- Los concesionarios y permisionarios deberán desglosar los servicios incluidos en la factura correspondiente, distinguiendo si se trata de servicios de televisión, de audio u otros servicios de telecomunicaciones.
- La programación total diaria que transmitan deberá ser cuando menos 80% en español (ya sea producida así originalmente, subtitulada o doblada).

Por otro lado, de acuerdo con la Ley Federal de Telecomunicaciones, las compañías de televisión restringida están obligadas a registrar los cambios de sus tarifas ante la Comisión Federal de Telecomunicaciones (Cofetel); de no hacerlo se les puede aplicar una multa que va de 2 mil a 20 mil salarios mínimos.

Quejas y soluciones

De enero a agosto de 2008, Profeco recibió 989 denuncias sobre irregularidades de empresas prestadoras del servicio de televisión restringida.

Uno de los principales motivos de reclamación fue que los consumidores consideraban que los cobros eran indebidos. Esto sucede, con cierta frecuencia, porque el consumidor decide terminar el contrato antes de tiempo, por lo que las compañías pueden penalizarlo con multas económicas; incluso las compañías pueden llegar a demandar.

Para evitar, en la medida de lo posible, estos problemas, he aquí algunas recomendaciones:

1. Usted tiene derecho a cancelar un contrato a plazo por un mal servicio, aunque algunas empresas aplican una penalización.
2. Recuerde que dispone de cinco días a partir de la celebración de un contrato para cancelar la operación y solicitar la devolución del dinero. Después de esta fecha, recibirá menos dinero y podría verse forzado a pagar por los meses que le faltan para concluir con el periodo establecido.
3. Para evitar sorpresas, exija el contrato y léalo detenidamente antes de firmarlo, en especial lo referente a la vigencia y los motivos de rescisión.
4. Si es suscriptor de estos servicios y no desea renovar el contrato, debe avisar al proveedor antes de vencer el plazo de contratación, porque algunas empresas lo hacen de forma automática.

Si desea presentar alguna queja, llame al Teléfono del Consumidor desde el Distrito Federal al 5568-8722, o si se localiza en otra parte de la República al 01-800-468-8722 larga distancia sin costo.

Quejas recibidas durante 2007 y 2008

Empresa	Núm. de quejas	% de conciliación	Núm. de quejas	% de conciliación	Principales motivos			
	2007		2008		Entrega del producto o servicio	Cobro indebido	Contratos	Cambios devoluciones o bonificaciones
Cablevisión	279	89	141	79	✔	✔	✔	
Sky	510	77	361	62	✔	✔	✔	
Marcatel	69	79	30	83		✔	✔	✔
MVS Multivisión	495	93	457	88	✔	✔	✔	

Fuente Dirección General de Estudios sobre Consumo. Información recabada el 13 de agosto de 2008, de entre los 450 principales proveedores registrdos en el Buró Comercial de Profeco

De canales “extra” y promociones

Actualmente se pueden contratar canales para tener acceso a la señal de transmisiones exclusivas, como películas de estreno, eventos deportivos, programas para adultos, etcétera. Por ejemplo, al rentar una película usted deberá pagar entre $35 y $52, según la empresa que elija y el lugar donde la contrate. También existen programas para adultos cuyos precios van desde $80 hasta $109, mientras que los eventos superespeciales (“AAA”) tienen un precio que ronda los $500. Tenga en cuenta que al contratar servicios adicionales probablemente deberá desembolsar más dinero por otros conceptos. Por ejemplo, algunos proveedores incluyen en su paquete básico canales de pago por evento y en otras, para tener acceso a ellos, se requiere un decodificador.

En cuanto a las promociones, durante todo el año las empresas gustan realizarlas para captar suscriptores: contratación de extensiones gratis, descuentos en los costos de instalación y suscripción, entre otras. La más frecuente es el pago anual anticipado, lo que le garantiza un congelamiento del precio durante el año de vigencia. Antes de decidirse por alguna de estas ofertas, pregunte cuánto dura su vigencia, las características de su aplicación, impedimentos de infraestructura, climatológicos y geográficos, así como las condiciones de pago.

Arranca el triple play

En la actualidad, algunas empresas operadoras de televisión por cable (Megacable, Cablemas, Cablevisión, Cablecom y TVI Monterrey, entre otras) brindan ya el servicio de triple play (telefonía, internet y televisión restringida). La tarifa a pagar por parte del usuario depende de la empresa y de la combinación de los servicios (doble o triple play) elegidos en cada uno de los paquetes. Por ejemplo, los precios mensuales con IVA de la oferta de doble play van desde $329, mientras que para triple play se eleva hasta $799, de acuerdo con Cofetel.

Por lo tanto, antes de tomar una decisión es importante que considere lo que debe pagar por la instalación, y preguntar por los servicios incluidos en el paquete, tanto de telefonía (llamadas locales, minutos de larga distancia y extensiones telefónicas), de televisión (total de canales) e internet (velocidad de conexión, por ejemplo).

Ventajas y desventajas del plan de prepago y pospago

Ventajas	Desventajas
Plan de prepago	
No existe penalización alguna y el usuario puede cancelar el servicio cuando lo desee.	En ocasiones no tiene acceso a algunos canales de pago por evento porque existe dificultad para enviar la señal.
Plan de pospago	
No adquiere tarjetas cada mes para activar su servicio (internet o televisión vía satélite). Sólo se limita a pagar la renta fija mensual. Puede contratar servicios de pago por evento y generalmente la señal le llega sin problema.	Si usted se sale antes del plazo pactado con la empresa, será objeto de penalizaciones, las cuales varían según la suma contratada y el plazo que falte por cubrir.

> “Con la implementación del servicio digital, transmitido por cable a algunas localidades y por satélite en la mayor parte del país, se logra una mejor calidad de imagen y sonido.”

Las conclusiones

Entre los resultados de la presente investigación, podemos destacar la siguiente información:

a) Para el **sistema de cable** se encontró un precio mínimo para la suscripción de $135 y un máximo de $575, una diferencia de ¡$440! La renta mensual depende del número de canales a contratar y oscila entre $167 (con 35 canales) y $345 (con 89 canales).

b) En el **sistema de microondas**, la suscripción fluctúa entre $100 y $399, según la ciudad dónde se quiera contratar el servicio. Las rentas mensuales van desde $84 hasta $99, con un número similar de canales.

c) Las tarifas del **sistema satelital** dependen de la opción que usted elija. Por ejemplo, en el sistema de pospago (paquete básico) deberá desembolsar $599 de inscripción si liquida en efectivo y una renta mensual de $389 con 123 canales (73 de video y 50 de audio).

Con este último esquema, generalmente se establece un contrato por 18 meses y el equipo queda en calidad de rentado por las mensualidades estipuladas. Ahora bien, con el sistema de prepago usted puede contratar su paquete por sólo 7, 15 o 30 días (el pago lo puede realizar en efectivo o con tarjeta de crédito); pero eso sí, el cliente compra el equipo (decodificador, antena y control remoto) desde un principio y paga la instalación. Un ejemplo de esto último: si opta por el pago mensual y en efectivo, deberá desembolsar $450 de inscripción, $320 por la renta mensual y $1,389 por el equipo, de modo que el gasto inicial superará los $2,000.

Finalmente, y esto aplica para todos los sistemas de televisión de paga, es importante preguntar por otros cargos, como el cobro por cambio de ubicación del televisor en el mismo domicilio, cargo administrativo por falta de pago oportuno, cuota por cambio de domicilio, el costo por cada televisor adicional y el cargo por el suministro de otros canales.

Algunas recomendaciones

1. En el contrato se deben especificar con claridad los servicios a los que tiene derecho. Además, debe revisar si se requiere de la contratación de un servicio adicional, como pago por evento, o si basta con estar suscrito.
2. Investigue si existen limitaciones, condiciones o restricciones particulares sobre el servicio. En caso afirmativo, éstas deben señalarse con claridad y precisión en el contrato. Es deber del anunciante divulgar información clara, completa y exhaustiva.
3. Antes de firmar cualquier contrato con una compañía, asegúrese de que en su hogar se capta la señal satisfactoriamente. Posiblemente algunas interferencias obstaculicen la recepción óptima de señales por microondas o satélite.
4. Lea en el contrato si existen cargos adicionales que no le fueron mencionados durante la conversación con el vendedor.
5. Cuando por algún motivo no desee renovar el contrato, revise el plazo que tiene para cancelarlo, porque algunas compañías lo renuevan automáticamente.
6. Compare los canales que ofrecen las empresas. No necesariamente más canales en su paquete básico es lo mejor. Tal vez un paquete con unos cuantos canales tenga los contenidos por usted requeridos.
7. Existen servicios que son ofrecidos durante algunos meses sin costo, pero al término de la promoción usted deberá notificar a la empresa su deseo de no continuar recibiéndolos. De no hacerlo se los cobrarán cada mes.
8. Solicite los instructivos correspondientes para conocer el funcionamiento del equipo, especialmente el de los servicios digitales.

Fuentes Dirección General de Registro de Telecomunicaciones de la Comisión Federal de Telecomunicaciones (Cofetel) • Cámara Nacional de la Industria de Telecomunicaciones por Cable (Canitec) • Sitios de Internet de los proveedores de servicio • Dirección General de Quejas y Conciliación, Profeco

- Comportamiento comercial de las empresas
- Información sobre quejas y denuncias
- Resultados de los estudios de calidad del Laboratorio
- Artículos de la Revista del Consumidor
- Quién es quién en los precios y en el envío de dinero de EU a México
- Ubicación de nuestras delegaciones
- Ley Federal de Protección al Consumidor
- Tecnologías Domésticas
- Platillos Sabios

www.profeco.gob.mx

Profeco

Vivir Mejor

Sábanas

A pesar de ser artículos de primera necesidad, casi nunca pensamos en sábanas hasta que llega el momento de comprar unas. Sin embargo, las hay muy bonitas pero de durabilidad y calidad variables, razón por la cual el Laboratorio Nacional de Protección al Consumidor realizó el presente estudio de calidad de sábanas para orientarlo a usted en su decisión de compra.

Foto Archivo

Seleccionar un nuevo juego de sábanas puede parecer sencillo, sin embargo, la tarea se torna complicada ante la gran diversidad de marcas, modelos, colores, estilos, tamaños, telas y calidades que el mercado nacional ofrece. Para su análisis, en el Laboratorio Nacional de Protección al Consumidor se decidió considerar las características evaluables de este producto, al margen del diseño que usted elija al momento de adquirir su nuevo juego de sábanas.

El estudio

Se analizaron 38 modelos pertenecientes a las 30 marcas más representativas de sábanas fabricadas en tela 100% algodón y mezclas con este material, en tamaño matrimonial (por ser el más representativo) por marca y modelo, que se encontraron a la venta en las principales tiendas de auto-servicio y departamentales del país. Cada modelo fue sometido a 14 pruebas, cuyos resultados se agrupan en los siguientes rubros:

Información al consumidor. Como otras prendas textiles, las sábanas deben informar en su etiquetado en español sobre los materiales de fabricación en orden de predominio, dimensiones e instrucciones de cuidado. Al igual que cualquier otro producto, la etiqueta también debe indicar marca y país de origen, así como nombre, denominación o razón social y domicilio del productor o responsable de la fabricación.

Acabados. Se verificó visualmente que las sábanas tuvieran una buena presentación, libres de defectos detectables a simple vista. La homogeneidad del color mereció atención especial: la sábana debía presentar un teñido uniforme, sin manchas ni decoloración. También se revisó que el tejido fuera homogéneo y no presentara fallas como agujeros, nudos o motas, entre otros. En cuanto a confección, se verificó la uniformidad de las costuras, inspeccionando que el número de puntadas fuera constante y que no hubiera fruncidos, ondulaciones o deformaciones.

Correspondencia dimensional. Se midieron las prendas para corroborar que sus dimensiones (largo y ancho) correspondieran a las declaradas por el fabricante en el etiquetado.

Identificación y contenido de fibras. Se verificó que el tipo y porcentaje de fibras declaradas (insumos) en la etiqueta coincidieran con las del tejido.

Densidad de hilos. Con la finalidad de conocer la calidad del tejido con que fueron confeccionadas las sábanas analizadas, se cuantificó el número de hilos por unidad de área (densidad) que presentan, pues a mayor número de hilos por unidad de área que tiene una sábana, el tejido es más cerrado y por tanto la tela es de mayor calidad. Algunas sábanas indican dicho número en la etiqueta.

Masa. Además de la densidad, también hay que tener en cuenta el calibre o grosor del hilo con que fue fabricada la tela de las sábanas; una buena forma de conocerlo es cuantificar la masa (cantidad en peso de tejido por unidad de área), pues entre mayor es esta cantidad, el tejido está más cerrado.

Resistencia al encogimiento. Se evaluó el encogimiento o alargamiento que sufren estas prendas después de un ciclo completo de lavado.

Resistencia a la decoloración. Se determinó el grado de decoloración que sufren las sábanas por los efectos provocados por su mantenimiento, como lavado, exposición al sol durante el secado o uso, por el roce de la prenda con otras prendas o consigo misma y por la acción del sudor (ácido o alcalino) al cual están expuestas durante el uso normal.

Resistencia al uso (durabilidad). Para la determinación de este parámetro se involucraron las pruebas de resistencia al rasgado de la tela y resistencia a la abrasión, ya que estos parámetros dan una idea de qué tanto resiste el uso normal este tipo de prendas.

Apariencia después de 52 ciclos de lavado. Esta prueba tuvo como fin verificar qué tanto se degrada la prenda con el mantenimiento, para lo cual se sometieron las sábanas analizadas a 52 ciclos completos de lavado; acto seguido, por inspección visual se cuantificó el daño que presentaron las prendas.

Recomendaciones de compra

- Antes de adquirir un nuevo juego de sábanas, verifique el tamaño del colchón en donde va a colocarlas (individual, matrimonial, Queen Size o King Size).
- Algunos de los nuevos colchones que se encuentran a la venta en el mercado nacional son un poco más altos de lo normal, porque presentan colchoneta, esto debe considerarse, ya que la altura extra puede provocar que la sábana que queda fajada al colchón (también conocida como de cajón) no se coloque de manera adecuada y se salga de posición con el menor movimiento del cuerpo en la cama, lo que puede resultar muy molesto.
- Recuerde que un mayor número de hilos en estas prendas denota un mejor cobijo, una resistencia al uso normal y por consiguiente, mayor duración, pero esta característica también eleva el precio.

> Recuerde que un mayor número de hilos en estas prendas denota un mejor cobijo, una resistencia al uso normal y por consiguiente, mayor duración, pero esta característica también eleva el precio.”

Ficha técnica

Realización del estudio: 30 de mayo a 15 de agosto de 2008
Muestreo: 16 de junio a 16 de julio de 2008
Marcas / modelos analizados: 28 / 38
Pruebas realizadas: 1,634

Normatividad

Las siguientes normas fueron empleadas como referencia:
NOM-004-SCFI-1994. Información comercial. Etiquetado de productos textiles, prendas de vestir y sus accesorios.
Normas mexicanas de la serie A aplicables al producto.
Metodologías internas del Laboratorio Nacional de Protección al Consumidor.

Foto Latinstock

Sábanas 50% algodón - 50% poliéster

Marca / Modelo / No. de hilos / País de origen	Información al consumidor	Acabados (defectos en tela y confección)	Verificación de dimensiones (m)				Masa de la tela (gramaje) g/m²	Identificación y contenido de fibras		No. de hilos		Resistencia al encogimiento	Resistencia a la decoloración	Durabilidad	Apariencia después de 52 lavados (grado)	Evaluación global de calidad
			Indicado		Verificado			Indicado	Verificado	Indicado	Verificado					
			Largo	Ancho	Largo	Ancho										
Martha Lombi / Teñido / 180 hilos / México	E	B	2.65	2.07	2.64	2.07	109	50 50	47 % Algodón 53 % Poliéster	180	185	E	E	B	E	**MB**
Parker Home / No presenta / 180 hilos / México	1, 2 , 3	MB	2.52	2.35	2.62	2.32	131	50 50	49 % Algodón 51 % Poliéster	180	175	E	E	B	E	**MB**
Polux / Teñido / 140 hilos / México	E	B	2.43	2.07	2.43	2.07	113	50 50	47 % Algodón 53 % Poliéster	140	147	E	E	B	E	**MB**
Andrée Zoélle / Mistral / No indica / México	1, 2	E	2.52	2.3	2.6	2.33	136	50 50	53 % Algodón 47 % Poliéster	No indica	183	MB	E	R	E	**MB**
Royal House / Viena / 180 hilos / México	E	R	2.44	2.06	2.43	2.07	111	50 50	48 % Algodón 52 % Poliéster	180	188	E	E	B	E	**MB**
Dalfiori / Nairobi / No indica / México	E	B	2.65	2.07	2.62	2.07	109	50 50	48 % Algodón 52 % Poliéster	No indica	165	E	E	B	MB	**MB**
Home Nature / 180 hilos / 180 hilos / México	E	E	2.54	2.06	2.55	2.07	147	50 50	49 % Algodón 51 % Poliéster	180	191	E	E	R	B	**MB**
La Mode Basic / No presenta / 150 hilos / México	4	B	2.35	2.07	2.34	2.06	128	50 50	48 % Algodón 52 % Poliéster	150	150	MB	MB	B	E	**MB**
Classic de Dalfiori / Teñido / 140 hilos / México	E	B	2.43	2.07	2.42	2.06	111	50 50	46 % Algodón 54 % Poliéster	140	147	E	E	B	MB	**MB**
Seriam's / Sweet / 180 hilos / México	5	B	2.6	2.2	2.59	2.18	129	50 50	50 % Algodón 50 % Poliéster	180	183	E	E	B	MB	**MB**
Gino de Luca / JS / 144 hilos / México	1	B	2.4	1.9	2.41	1.92	91	50 50	54 % Algodón 46 % Poliéster	144	137	MB	E	B	R	**R**
La Mode / 3652 / 180 hilos / México	E	B	2.4	2	2.41	2.01	126	50 50	60% Algodón 40% Poliéster	180	211	MB	MB	MB	B	**R**

Notas:

1. Falta indicar en instrucciones de cuidado si el lavado se lleva a cabo con jabón o detergente. **2.** Falta indicar en instrucciones de cuidado si el secado debe llevarse a cabo al sol o a la sombra. **3.** No indica en su etiquetado la marca del producto. **4.** No indica en su etiquetado el modelo del producto. **5.** Falta indicar en instrucciones de cuidado si el secado debe colgarse o tenderse horizontalmente. **6.** Falta indicar en instrucciones de cuidado la temperatura del agua de lavado. **7.** Falta indicar en instrucciones de cuidado exprimir o no exprimir. **8.** No presenta etiquetado permanente. **9.** Falta indicar en su etiquetado medidas para ropa de casa. **10.** No coincide la etiqueta con la información del empaque.

Sábanas 100% algodón

Marca / Modelo / No. de hilos / País de origen	Información al consumidor	Acabados (defectos en tela y confección)	Verificación de dimensiones (m)				Masa de la tela (gramaje) g/m²	Identificación y contenido de fibras		No. de hilos		Resistencia al encogimiento	Resistencia a la decoloración	Durabilidad	Apariencia después de 52 lavados (Grado)	Evaluación global de calidad
			Indicado		Verificado			Indicado	Verificado	Indicado	Verificado					
			Largo	Ancho	Largo	Ancho										
Dalfiori / Satin / 300 hilos / México	E	E	2.65	2.07	2.64	2.06	112	100	100 % Algodón	300	297	MB	E	MB	E	**E**
Kaltex Home / Luxury / 230 hilos / México	E	E	2.44	1.98	2.44	1.99	136	100	100 % Algodón	230	224	MB	E	MB	MB	**E**
Kaltex Home / Quality Cotton / 270 hilos / México	E	E	2.44	2.06	2.47	2.07	163	100	100 % Algodón	270	269	E	E	B	MB	**E**
La mode Luxury / 4877 / 220 hilos / India	E	E	2.44	2.06	2.44	2.05	140	100	100 % Algodón	220	264	E	E	E	B	**E**
Nautica / Crew Classic / 400 hilos / México	E	E	2.44	2.06	2.49	2.08	164	100	100 % Algodón	400	389	E	E	B	MB	**E**
Pepe Jeans / London Home / No indica / México	E	E	2.44	2.06	2.45	2.09	146	100	100 % Algodón	No indica	246	E	E	B	MB	**E**
Kaltex Home / Collection / No indica / México	E	E	2.44	1.98	2.45	1.99	116	100	100 % Algodón	No indica	216	MB	E	B	MB	**MB**
Royal Sateen / Art. 105415 / No indica / Israel	E	E	2.69	2.29	2.70	2.31	134	100	100 % Algodón	No indica	424	MB	E	B	MB	**MB**
Alok / 0070 White / 400 hilos / India	E	E	2.44	2.06	2.45	2.07	132	100	100 % Algodón	400	396	D	MB	B	E	**MB**
Dalfiori / Hotelero / 200 hilos / México	E	E	2.65	2.07	2.63	2.06	121	100	100 % Algodón	200	208	B	MB	R	E	**MB**
Parker Home / No presenta / 200 hilos / México	1, 2 , 3	MB	2.52	2.35	2.62	2.32	115	100	100 % Algodón	200	188	B	E	B	E	**MB**
Kirkland Signature / Art. 929202 / No indica / India	E	MB	2.81	2.81	2.74	2.76	121	100	100 % Algodón	No indica	531	B	E	B	MB	**MB**
Divatex Home Fashion / Art. 394208 / Tejido de punto / Pakistan	E	MB	2.76	2.74	2.87	2.76	149	100	100 % Algodón	No indica	69	E	MB	R	MB	**MB**
Laura Ashley / Lifestyles / 230 hilos / México	E	E	2.54	2.06	2.55	2.07	136	100	100 % Algodón	230	226	MB	R	MB	MB	**MB**
Four You / No presenta / No indica / México	E	E	2.44	2.06	2.45	2.07	138	100	100 % Algodón	No indica	244	B	R	MB	MB	**MB**
Home Nature / 250 hilos / 250 hilos / México	E	E	2.54	2.06	2.55	2.07	144	100	100 % Algodón	250	246	E	D	B	MB	**MB**
Nautica / Crew Classic / 200 hilos / México	E	E	2.44	2.06	2.45	2.08	118	100	100 % Algodón	200	196	MB	D	B	MB	**B**

Sábanas 100% algodón *(continuación)*

Marca / Modelo / No. de hilos / País de origen	Información al consumidor	Acabados (defectos en tela y confección)	Verificación de dimensiones (m)				Masa de la tela (gramaje) g/m²	Identificación y contenido de fibras		No. de hilos		Resistencia al encogimiento	Resistencia a la decoloración	Durabilidad	Apariencia después de 52 lavados (Grado)	Evaluación global de calidad
			Indicado		Verificado			Indicado	Verificado	Indicado	Verificado					
			Largo	Ancho	Largo	Ancho										
Divatex Home Fashion / Art. 394211 / No indica / Portugal	E	MB	2.54	2.03	2.53	2.01	146	100	100 % Algodón	No indica	79	D	E	E	D	**B**
Colap / No presenta / No indica / Pakistán	E	B	2.45	2.05	2.49	2.03	107	100	100 % Algodón	No indica	135	D	B	B	B	**R**
Mar / No presenta / No indica / México	8, 4	MB	No indica	No indica	2.39	1.83	147	100	100 % Algodón	No indica	86	D	B	MB	D	**D**
Estas sábanas están etiquetadas como 100% algodón sin serlo.																
Concord / Aurora / No indica / México	E	MB	2.32	1.98	2.42	2.00	113	100	48 % Algodón 52 % Poliéster	No indica	175	E	B	B	MB	**R**
Xochitl / No presenta / No indica / México	10	D	No indica	No indica	2.18	1.75	91	100	100 % Poliéster	No indica	132	E	MB	B	D	**D**
Mar Plus / No presenta / No indica / México	8, 4	B	2.4	1.8	2.18	1.79	124	100	84 % Algodón 16 % Poliéster	No indica	132	D	MB	B	MB	**D**
La Perla de México / No presenta / No indica / México	2, 5, 6, 7, 8	B	No indica	No indica	2.31	1.75	159	100	48 % Algodón 52 % Poliéster	No indica	76	B	R	MB	D	**D**

Notas:

1. Falta indicar en instrucciones de cuidado si el lavado se lleva a cabo con jabón o detergente. **2.** Falta indicar en instrucciones de cuidado si el secado debe llevarse a cabo al sol o a la sombra. **3.** No indica en su etiquetado la marca del producto. **4.** No indica en su etiquetado el modelo del producto. **5.** Falta indicar en instrucciones de cuidado si el secado debe colgarse o tenderse horizontalmente. **6.** Falta indicar en instrucciones de cuidado la temperatura del agua de lavado. **7.** Falta indicar en instrucciones de cuidado exprimir o no exprimir. **8.** No presenta etiquetado permanente. **9.** Falta indicar en su etiquetado, medidas para ropa de casa. **10.** No coincide la etiqueta con la información del empaque.

Sábanas 60% algodón - 40% poliéster

Marca / Modelo / No. de hilos / País de origen	Información al consumidor	Acabados (defectos en tela y confección)	Verificación de dimensiones (m)				Masa de la tela (gramaje) g/m²	Identificación y contenido de fibras		No. de hilos		Resistencia al encogimiento	Resistencia a la decoloración	Durabilidad	Apariencia después de 52 lavados (Grado)	Evaluación global de calidad
			Indicado		Verificado			Indicado	Verificado	Indicado	Verificado					
			Largo	Ancho	Largo	Ancho										
Kaltex Home / Kathy Taylor / No indica / México	E	E	2.44	2.06	2.44	2.07	152	60 40	60 % Algodón 40 % Poliéster	No indica	251	E	E	B	B	**MB**
Mainstays Home / No presenta / 138 hilos / México	E	R	2.4	1.8	2.39	1.75	108	40 60	30 % Algodón 70 % Poliéster	138	185	E	E	B	B	**R**

> Lave las sábanas nuevas antes de usarlas. Estos textiles se someten a procesos químicos para darles la textura, el color y la apariencia deseada. La presencia de residuos químicos y de polvo puede provocar irritaciones o molestias en la piel.”

Recomendaciones de uso

- Revise y siga las instrucciones de cuidado especificadas en la etiqueta del producto.
- Lave las sábanas nuevas antes de usarlas. Estos textiles se someten a procesos químicos para darles la textura, el color y la apariencia deseada. La presencia de residuos químicos y de polvo puede provocar irritaciones o molestias en la piel.
- Al lavar sus sábanas por primera vez no utilice suavizantes, sólo agua y jabón. Los suavizantes contienen algunos productos que pueden reaccionar con los residuos de compuestos utilizados en la fabricación de las sábanas y, en lugar de suavizarlas, podrían dar un tacto áspero.
- Antes de lavar sus sábanas nuevas, recuerde que las que no son totalmente blancas tienden a "soltar color" y mancharán otras prendas que se laven junto a ellas.
- No lave las sábanas junto con prendas de tejido de punto como suéteres, calcetas o playeras de acrilán, ya que éstas sueltan pelusas que se adhieren fácilmente a las sábanas.
- Después del lavado no deje sus sábanas expuestas a largos periodos de secado bajo el rayo del sol, ya que precisamente es este efecto el que provoca la mayor degradación del color en los textiles.
- Después de usar o lavar las sábanas, manténgalas extendidas hasta que sequen, de otra manera la humedad provocará mal olor en ellas.

Foto José Rodríguez

Conclusiones

- Se observó que las sábanas fabricadas con mezclas de algodón y poliéster son más durables, ya que la resistencia es mayor y se arrugan menos, pero presentan menor facilidad para la transpiración del cuerpo y una mayor susceptibilidad a la formación de borlitas, lo cual puede ser molesto en temporadas calurosas, en comparación con las sábanas confeccionadas con fibras naturales 100% algodón, que son frescas en verano y cálidas en invierno, pero que idealmente requieren planchado posterior al lavado, el cual debe hacerse preferentemente con un suavizante para incrementar la suavidad y por tanto la comodidad de las prendas.
- En lo referente a información al consumidor, se detectó que 10 de los productos analizados no incluyen la información completa solicitada en la norma de referencia, como marca y/o modelo (aunque este último no es obligatorio), instrucciones de cuidado, dimensiones de la prenda, etc., y algunos ni siquiera incluyen etiquetado permanente, o éste no concuerda con el etiquetado del empaque.
- Con respecto a la verificación de acabados en tela y confección, se observó que la mayoría de las prendas calificó de **Bien** a **Excelente**; sólo los modelos **Viena** de **Royal House** (50% algodón-50% poliéster) y **Mainstays Home** sin modelo (mezcla de algodón-poliéster) calificaron como **Regular**, el modelo de **Xochitl** (etiquetado como 100% algodón, sin serlo) calificó como **Deficiente**, ya que mostró defectos en costuras y en tela; los modelos de **Martha Lombi**, **Polux**, **Dalfiori Nairobi** y **Classic** de **Dalfiori** (50% algodón-50% poliéster) calificaron como **Bien** porque aunque no presentaron defectos en la tela o en sus costuras, utilizan el orillo de uno de los lados de la tela en lugar de dobladillarla, a diferencia de la competencia que sí lo hace, ya que el dobladillo se considera un valor agregado.
- En la verificación de dimensiones, se detectó que los productos de **Xochitl**, **Mar** y **La Perla de México**, sin modelo, son los únicos que no presentan en su etiquetado las medidas para ropa de casa, y los modelos que mostraron diferencias significativas (menores a lo señalado en su etiquetado) fueron **Kirkland Signature** con 7 cm de largo y 5 cm de ancho, **Mar Plus** con 22 cm de largo y 1 cm de ancho, y **Mainstays Home** con 1 cm de largo y 5 cm de ancho.
- En la identificación y contenido de fibras se detectó que los modelos de **Concord**, **La Perla de México**, **Mar Plus** y **Xochitl** etiquetados como 100% algodón, en realidad están confeccionados con telas 48% algodón-52% poliéster los dos primeros, el tercero con tela 84% algodón-16% poliéster y el último con tela 100% poliéster.
- Con respecto a los modelos etiquetados como 50% algodón-50% poliéster, se detectó que los modelos de **Gino de Luca** y **Classic** de **Dalfiori** presentaron desviaciones menores al 4%, y el modelo **3652** de **La Mode** en realidad está confeccionado con una tela 60% algodón-40% poliéster; de igual forma, el modelo de **Mainstays Home** que se encuentra etiquetado como 40% algodón-60% poliéster, está confeccionado en tela 30% algodón-70% poliéster.
- Sobre los parámetros que fijan el costo real de las sábanas, como son, la masa de la tela, se encontró que todas las prendas analizadas pueden considerarse ligeras; y en lo referente a densidad de hilos se detectó que el 42% de los productos analizados no lo especifican (no es obligatorio), y del 58% que sí lo declaran, **Nautica Crew Classic**, **Home Nature 250 hilos** y **Parker Home** sin modelo presentan una desviación promedio de 11 hilos por cm^2.
- Todas las muestras analizadas están confeccionadas en telas de tejido de calada como el que suele estar presente en una camisa de vestir para caballero, a excepción del modelo de **Divatex Home Fashion**, confeccionada en tejido de punto, como el utilizado en las camisetas, lo cual puede hacerla muy pesada a la hora de su mantenimiento (por sus dimensiones) y poco confortable durante su uso.
- En lo referente al cambio dimensional (encogimiento) que pueden experimentar estas prendas como efecto de su mantenimiento (lavado doméstico), se observó que la gran mayoría calificaron de **Bien** a **Excelente**, sin embargo los modelos **0070 White** de **Alok**, **394211**

> “Las sábanas fabricadas con mezclas de algodón y poliéster presentan mayor durabilidad, ya que la resistencia es mayor y se arrugan menos.”

Foto José Rodríguez

de **Divatex Home Fashion**, **Colap**, **Mar** y **Mar Plus**, sin modelo, presentaron un encogimiento severo, por lo cual calificaron como **Deficiente**.

- En la resistencia a la decoloración, se observó que la decoloración más apreciable es la provocada por los efectos de la luz del sol, por lo que le recomendamos que la exposición de estas prendas a la luz solar sea por periodos cortos, sin embargo, algunas de las muestras analizadas presentaron mayor decoloración durante el lavado, como **Laura Ashley**, **Home Nature 250 hilos**, **Nautica Crew Classic**, **Xochitl**, **La Perla de México** y **Concord**; a su vez, los modelos **ForYou**, **Colap** y **Concord**, presentaron decoloración por exposición al sudor.
- La evaluación de la resistencia al uso (Durabilidad) comprendió las pruebas de resistencia al rasgado y al desgaste por frote, efectos que se presentan de forma constante sobre estas prendas, en las cuales se observó que el parámetro en que más baja calificación se obtuvo fue el de resistencia al frote, pero no en la resistencia al rasgado, ya que en éste, dos de las prendas (**Divatex Home Fashion** y **Home Nature 250 hilos**) calificaron como **Deficiente**; no obstante, al unir ambas evaluaciones en un solo parámetro, la calificación más baja fue **Regular**.
- En cuanto a la evaluación de la Apariencia de las prendas después de 52 ciclos de lavado, la mayoría de las muestras calificaron de **Bien** a **Excelente**; sólo el modelo **JS** de **Gino de Luca** calificó como **Regular**, ya que presentó una decoloración severa y frisado de la tela; los modelos de **Divatex Home Fashion**, **Mar**, **Xochitl** y **La Perla de México** presentaron un visible deterioro al finalizar la prueba, ya que mostraron, además de decoloración y frisado, distorsión y deshilachamiento en el tejido.
- Al finalizar el estudio se observó que sólo 18% de las muestras analizadas son de importación, mientras que el resto son productos nacionales.

Si requiere más información sobre este estudio, puede comunicarse al Laboratorio Nacional de Protección al Consumidor, al 5544-2122 si vive en el área metropolitana de la Ciudad de México. También puede consultar otros estudios de calidad en nuestro sitio de internet, www.profeco.gob.mx

Nunca como en esta época el número de casos relacionados con los trastornos de la alimentación había sido tan alto, al grado de que éstos ya se consideran un importante problema social y de salud. **Y es que muchos jóvenes, en su gran mayoría mujeres, persiguiendo una felicidad ficticia alteran su vida y la ponen en riesgo con el propósito de lograr la extrema delgadez.**

Trastornos alimentarios

Por Alma Rosa Guerrero

Ante la falta de datos estadísticos contundentes, muchos especialistas en el tema de los trastornos de la alimentación se apresuran a señalar que éstos se han convertido en la nueva epidemia del milenio; otros se muestran más cautos y explican que no es que esté aumentando el número de casos, sino que hoy existe un diagnóstico más puntual de tales padecimientos. Lo cierto es que hace apenas 40 años los trastornos relacionados con la alimentación estaban muy lejos de ser una preocupación para las instituciones de salud, y el común de las personas ni siquiera los conocía. (Vea el recuadro "Los trastornos".)

En general, los trastornos de la alimentación se presentan entre los 16 y los 25 años de edad, y de manera predominante en mujeres (a razón de 10 mujeres por un hombre, pero hay evidencias de que la proporción está aumentando en la población masculina), aunque también se han documentado casos desde los 9 años de edad, y es muy raro que se manifiesten después de los 25 (menos del 5% de los casos se presentan después de esa edad).

Así, estos trastornos que comienzan en etapas tempranas de la vida pueden prolongarse por años hasta volverse crónicos si quienes los padecen no reciben el tratamiento oportuno y adecuado. El deterioro físico provocado principalmente por la desnutrición puede ser irreversible y llevar a la persona incluso a la muerte (vea el recuadro "Las consecuencias"), pasando por los conflictos que dichos padecimientos generan desde su aparición en la vida personal, familiar y social de quienes los sufren.

La idolatrada delgadez

Las causas de los trastornos de la alimentación son multifactoriales, aunque las teorías coinciden en señalar que entre los principales detonantes se encuentran los nuevos modelos estéticos del cuerpo,

Foto Corbis

“En general, los trastornos de la alimentación se presentan entre los 16 y los 25 años de edad, y de manera predominante en mujeres.”

Foto Corbis

difundidos por los medios de comunicación, los cuales se han convertido en los promotores y demandantes de una idolatría por la delgadez, dirigida principalmente hacia las mujeres.

"Esta exigencia sólo ha creado falsas expectativas y prejuicios en torno al cuerpo, y afecta a personas susceptibles en una de las etapas fundamentales de la vida, justo cuando aún se lleva a cabo el desarrollo físico y la formación del carácter", subraya el psiquiatra Alejandro Caballero, jefe de la Clínica Especializada en Trastornos de la Alimentación del Instituto Nacional de Psiquiatría Ramón de la Fuente, perteneciente a la Secretaría de Salud (SSA).

Y es verdad, para muchas personas jóvenes en México la figura y el peso encabezan la lista de sus prioridades. Ser delgado (entre más, mejor) se ha convertido en la auténtica imagen del éxito, es la llave mágica que abre las puertas a una vida más satisfactoria, plena y de reconocimiento social. Por tanto, es necesario sacrificarse y hacer prácticamente lo que sea (incluso dejar de comer) para bajar de peso, obtener un abdomen plano, reducir la cintura, las caderas, los brazos y las piernas, lucir un rostro anguloso... y desde luego nunca estar conforme con los resultados, pues siempre es posible ganarle batallas diarias a la báscula y restarle números a la cinta métrica.

En este sentido, el médico psiquiatra Alfredo Zúñiga, director y fundador de Eating Disorders México, refiere que de acuerdo con un estudio llevado a cabo en la Ciudad de México por la institución que dirige, el 95% de las mujeres a nivel secundaria, preparatoria y universidad están insatisfechas con su cuerpo y con gusto harían un cambio a su figura, desde mínimo hasta una transformación total. Más de 50% de las mujeres reconocen haber tenido síntomas de algún trastorno de la alimentación, como dejar de comer durante varios días para asistir a una fiesta o irse de vacaciones, o vomitar por sentir culpa de haber ingerido algún alimento alto en calorías (pastel, helado, papas fritas, chocolate, tacos...); en contraste, de 1% a 4% tienen ya un trastorno relacionado con la comida que requiere tratamiento médico.

Combinación de causas

Por sí solo, ninguno de los factores que favorecen la aparición de un trastorno alimentario es definitivo: para que se manifieste una enferme-

dad de este tipo es necesario que se combinen varios factores en determinado momento. Éstos son los que se reconocen en la actualidad:

Factores de predisposición. Las personas que presentan trastornos alimentarios suelen compartir características comunes entre las que destaca una gran necesidad de perfección –lo que les permite ser exitosas en varias áreas, como en sus estudios o trabajo, al menos al inicio de su enfermedad–, pero por otro lado tienen una autoestima muy baja y un manejo inadecuado de sus emociones.

El doctor Zúñiga, quien además es especialista en trastornos de la alimentación y en psicoterapia cognitiva, señala: "De hecho, estos trastornos derivan de problemas de autoestima y están íntimamente relacionados con el manejo de las emociones. Venimos de una cultura en la que constantemente se dice: 'No llores', 'No te enojes', 'No estés triste', 'No tengas miedo'... emociones que es imposible no sentir, aunque se nos obligue a evadirlas y negarlas. Como las emociones no se esfuman, si no les damos una salida dirigida y adecuada, se acumulan y a la larga se manifestarán en síntomas fuera de nuestro control, y muchas veces fuera de nuestra conciencia. Así, hay quienes se enferman de colitis, gastritis, migraña, neurodermatitis, ansiedad, anorexia o bulimia, por ejemplo".

Factores desencadenantes. Los de mayor influencia son los socioculturales (que no los socioeconómico), en donde confluyen fuertes presiones sociales como las que ejercen los medios de comunicación a través de mensajes constantes en

Los trastornos

Los trastornos de la conducta alimentaria, como se les conoce clínicamente, son padecimientos de índole mental, y por ello son materia de estudio para la psiquiatría. De acuerdo con el *Manual Estadístico de los Trastornos Mentales* (DSM-IV, 1994), los principales son:

Anorexia nerviosa. Término de origen griego que significa "falta de apetito". Se caracteriza por el rechazo a mantener el peso corporal en o por encima de un mínimo normal de acuerdo con la edad y la estatura (generalmente se pierde el 25% o más del peso adecuado). Existe un miedo intenso a ganar peso o a engordar, aunque el peso corporal sea inferior al normal. Hay una distorsión de la imagen del cuerpo: las personas que sufren este trastorno se perciben gordas aunque estén por debajo de su peso saludable.

Se reconocen dos tipo de anorexia: la **restrictiva**, basada en la restricción de alimentos, en donde no se presenta la ingesta de comida de forma compulsiva ni abusiva, ni tampoco se ingieren purgas. El segundo tipo es la anorexia **purgativa**, en donde a pesar de la restricción de alimentos pueden ocurrir episodios de ingesta compulsiva y abusiva de comida, acompañados de conductas compensatorias como el vómito autoinducido, el sobreejercicio o el uso incorrecto de pastillas, laxantes, diuréticos o enemas (lavativas).

Bulimia nerviosa. Proviene del griego y significa "hambre de buey". Se manifiesta por episodios en los que se come excesiva y compulsivamente, sin que exista control sobre qué y cuánto se come. Se presentan conductas compensatorias inadecuadas para evitar el aumento de peso; el vómito autoinducido es el más común.

Trastorno por atracón. Éste es otro trastorno que no cubre con todos los criterios para anorexia o bulimia, caracterizado por atracones (comer compulsivamente) sin conductas compensatorias, en el que predomina la obesidad. En cuanto aparece la culpa y la persona comienza a compensar lo que come, el trastorno por atracón se convierte en bulimia.

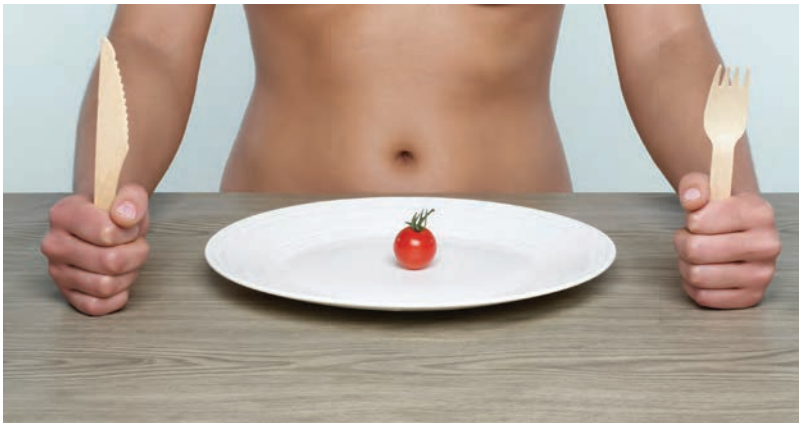


Foto Corbis

> "Los trastornos de la conducta alimentaria, como se les conoce clínicamente, son padecimientos de índole mental, y por ello son materia de estudio para la psiquiatría."

Mujeres, ¡abajo el peso y la talla!

Es innegable que los medios de comunicación han contribuido a multiplicar los casos por trastornos de la conducta alimentaria. El bombardeo de imágenes y mensajes que promueven la figura delgada como clave para alcanzar el éxito y la felicidad son constantes en televisión, revistas, periódicos, cine, radio, espectaculares, etcétera. Y sin duda, son los modelos y actores (actrices) que acompañan este tipo de contenidos, quienes se han convertido en los verdaderos ídolos de las multitudes, principalmente de los jóvenes.

Todavía hasta 1960, la imagen corporal ideal estaba situada en un punto medio entre los extremos de la delgadez y la obesidad. En las años 50, los cuerpos de la estrellas femeninas del cine se caracterizaban por sus curvas y formas redondeadas. La sociedad de entonces alabó la belleza de Marilyn Monroe y Sofía Loren, quienes lucían espectaculares dentro de un peso saludable. Sin embargo, a partir de los años 70 el ideal de belleza del cuerpo de la mujer ha sido cada vez más delgado y estilizado, influido por las modas de la alta costura y la irrupción en las pasarelas de las propuestas de los diseñadores que cambiaron drásticamente la estética femenina.

Al respecto, existen dos interesantes estudios realizados en Estados Unidos, el primero por Garner, Garfinkel, Schwartz y Thomson (1980), quienes se dieron a la tarea de revisar el peso y la talla de las modelos de la revista *Playboy* y de las ganadoras del concurso Miss America, desde 1959 hasta 1978, y encontraron no sólo una disminución considerable del peso corporal, sino también de las medidas en pecho y caderas.

Más adelante, Wiseman, Gray, Mosiman y Ahrens (1992) hicieron una réplica de este estudio y reportaron que los pesos de las modelos y concursantes de Miss America no sólo han disminuido entre 1979 y 1988, sino que están entre un 13% y 19% por debajo de su peso normal.

En conclusión, desde 1959 hasta finales de los 80, las modelos que posaron para las páginas de la revista *Playboy* fueron perdiendo aproximadamente un kilo por año.

Ahora, una mujer común, sin estar gorda, pesa 10 kilos más que una modelo de su misma estatura.

> “Es innegable que los medios de comunicación han contribuido a multiplicar los casos por trastornos de la conducta alimentaria.”

Fotos de archivo

Más hombres insatisfechos

La obsesión por lograr una "figura perfecta" ha comenzado a afectar también a los hombres. De acuerdo con otro estudio, muchos de ellos comparan sus cuerpos con los de los modelos que aparecen en las portadas de las revistas y están descontentos cuando no consiguen el cuerpo ideal masculino.

"El mensaje fundamental es que las imágenes de los cuerpos masculinos en los medios de comunicación afectan a los hombres de la misma forma que las imágenes femeninas afectan a las mujeres", declaró a Reuters Health Richard A. Leit, de la Sociedad de Salud Mental Staten Island, en Nueva York. "El ideal anunciado en los medios de comunicación puede estar afectando de forma negativa la satisfacción de los hombres con sus cuerpos", añadió. Leit y sus colegas analizaron a 82 estudiantes universitarios varones que observaron 30 diapositivas de una revista popular y anuncios de un catálogo de ropa.

Un ejemplo: en la revista *Playgirl*, los modelos se han vuelto cada vez más musculosos, con un aumento promedio de 12 kilos de masa muscular en comparación con el hombre promedio.

Así, las figuras ideales impuestas en la actualidad son a todas luces inalcanzables para la mayoría de las personas porque exigen transgredir los límites del cuerpo humano, tanto en talla como en peso. Y mientras la estética corporal imperante raya en lo famélico, la obesidad se ha convertido en un problema de salud para muchas sociedades, haciendo que la distancia entre el ideal y la realidad sea cada vez más grande, lo cual resulta muy conveniente para quienes han sabido lucrar con los deseos de muchas personas por ser delgadas.

Fuentes Psiquiatra Alfredo Zúñiga, director y fundador de Eating Disorders México • www.teleantioquia.com • Mónica Faccini, *La imagen corporal en la adolescencia, ¿es un tema de varones?*, Pediatría práctica.

"Las imágenes de los cuerpos masculinos en los medios de comunicación afectan a los hombres de la misma forma que las imágenes femeninas afectan a las mujeres."

el sentido de que es necesario bajar de peso y estar delgado más allá de lo saludable. Se incluyen además algunas actividades profesionales que enfatizan la importancia del físico (actores, modelos, bailarines); las presiones familiares en las que los padres principalmente influyen en sus hijos para que éstos bajen de peso, así como historias de abuso, ya sea físico, psicológico o sexual, y factores emocionales como la ruptura sentimental con un novio, alteraciones en la dinámica familiar o pertenecer a familias disfuncionales, lo que también puede desencadenar alguno de estos trastornos.

Por otra parte, "es posible que haya familias muy bien integradas, en donde no exista una disfunción como tal, pero al entrevistar al paciente éste declara que siempre se ha sentido relegado, hecho a un lado o aplastado por la dominación de los padres, en competencia con un hermano u otra circunstancia", subraya Alfredo Zúñiga.

Factor de riesgo. El más importante es estar a dieta, lo cual aumenta hasta 18 veces las posibilidades de padecer un trastorno de la alimentación en personas susceptibles con factores de predisposición. Al respecto, "más del 70% de las mujeres jóvenes y 35% de los hombres llevan algún tipo de dieta, aunque menos del 2% de los mexicanos conoce sus requerimientos nutricionales diarios", enfatiza el especialista.

> "Con la pérdida de peso se pierde también la energía vital, las personas que tienen trastornos de la alimentación no son felices, la sonrisa desaparece de sus rostros."

Actuar a tiempo

La atención de estos padecimientos requiere tratamiento médico especializado. El problema no es la comida, y quienes padecen anorexia o bulimia no pueden recuperarse sólo con "echarle ganas", comer y dejar de vomitar. Estos trastornos son siempre manifestaciones de otros problemas, por lo que es necesario ayudar a los pacientes a detectarlos y enseñarles cómo enfrentarlos y resolverlos para que logren curarse.

Además, muchas de las personas que padecen trastornos de la alimentación no desean recibir tratamiento, "es por eso que la anorexia se ha convertido en la enfermedad emocional de más alta mortalidad a nivel mundial, pues fallece hasta un 15% de las personas con anorexia a pesar de los tratamientos, la mayoría

Caso especial, anorexia

"Sin excepciones, no se puede estar por debajo del peso saludable y ser feliz", sentencia Alfredo Zúñiga, y agrega que la especie humana no está preparada para dejar de alimentarse: "Cuando esto ocurre, de inmediato el organismo reacciona con el fin de ahorrar energía. Suspende la producción de calor y de hormonas, que no son esenciales para la vida, y genera estados de cansancio para procurar la inactividad del cuerpo e impedir el gasto de energía. Pero si incluso así la persona realiza actividades, el organismo genera un estado de depresión para asegurar la total inmovilidad. Por tanto, es inevitable que alguien con anorexia, cuyo peso corporal está por debajo del normal, se deprima profundamente".

Con la pérdida de peso se pierde también la energía vital, las personas que tienen trastornos de la alimentación no son felices, la sonrisa desaparece de sus rostros. No obstante, "la anorexia y la bulimia se han convertido en 'recursos aceptables' para muchas mujeres que desean bajar de peso, quienes abiertamente reconocen que no van a comer durante dos semanas para asistir a una boda, o que tuvieron que vomitar –acto que no funciona para adelgazar, y lo único que provoca es un daño atroz al aparato digestivo, encías y dientes– porque comieron mucho, como si se tratara de prácticas normales", observa el director de Eating Disorders México.

Por su parte, el doctor Alejandro Caballero advierte: "Como consecuencia de estos padecimientos, un adolescente desnutrido no alcanzará un desarrollo físico ni mental óptimos. Su calidad de vida se verá terriblemente afectada en todos los niveles. Además del deterioro gradual de su salud, al alcanzar la edad adulta estas personas tienen dificultades para establecer relaciones interpersonales sanas y conservar sus trabajos. Muchos casos se relacionan con el consumo de drogas. En resumen, no son personas felices".

Así pues, quienes padecen estos trastornos llevan una vida totalmente opuesta al ideal que buscaban en un principio.

Foto Corbis

Las consecuencias

Anorexia nerviosa: Depresión, ansiedad, déficit de aprendizaje, de memoria y de análisis visuoespacial, raquitismo, osteoporosis, pérdida de piezas dentales, infertilidad, hijos con bajo peso y enfermizos, taquicardia, infarto de miocardio, colapso de válvulas cardiacas, infecciones y complicaciones gastrointestinales, muerte por suicidio.

Bulimia nerviosa: Piel escamosa, callosidades en manos, caries, taquicardia, latidos irregulares, hipotensión, insuficiencia cardiaca, dispepsia, estreñimiento, diarrea, pancreatitis, dolores de garganta, síntomas neuróticos, culpabilidad, preocupación, baja concentración, depresión, intentos de suicidio, ansiedad, abuso de alcohol y drogas, trastornos de conducta.

Fuente *Psicología de la alimentación* de Jane Ogden, Ediciones Morata, 2005.

TRASTORNOS ALIMENTARIOS (Perfiles)

Por José Armando Aguilar

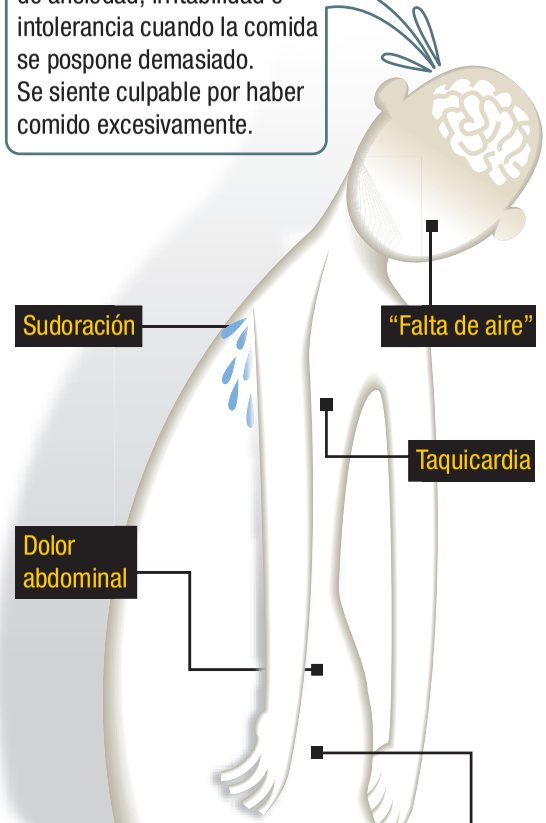
Comedor compulsivo

Nivel de incidencia: 1

(es el trastorno más frecuente)

Se puede decir que entre el 30% y 60% de las personas con sobrepeso son comedores compulsivos.

Síntomas psicológicos:
Gran dificultad para manejar las emociones; alteraciones de la autoestima y estados de ansiedad; irritabilidad e intolerancia cuando la comida se pospone demasiado.
Se siente culpable por haber comido excesivamente.



Bulimia

Nivel de incidencia: 2

(con altas tasas de crecimiento)

Más del 40% de mujeres en preparatoria y universidad han tenido síntomas ocasionales de bulimia.

Síntomas psicológicos:
Baja autoestima, se refugia en la comida como "su mejor aliado", ya que "siempre está presente" para "llenar" vacíos emocionales. Suele ser dependiente de los demás (por lo que continuamente busca la aceptación); se mide a sí misma en términos de peso o figura corporal, criticándose una y otra vez. Suele ser solitaria o con muy pocos amigos.

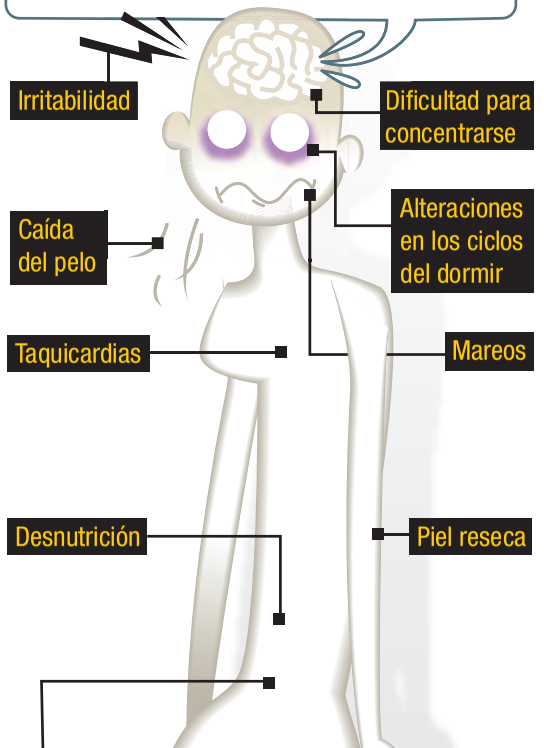
Anorexia

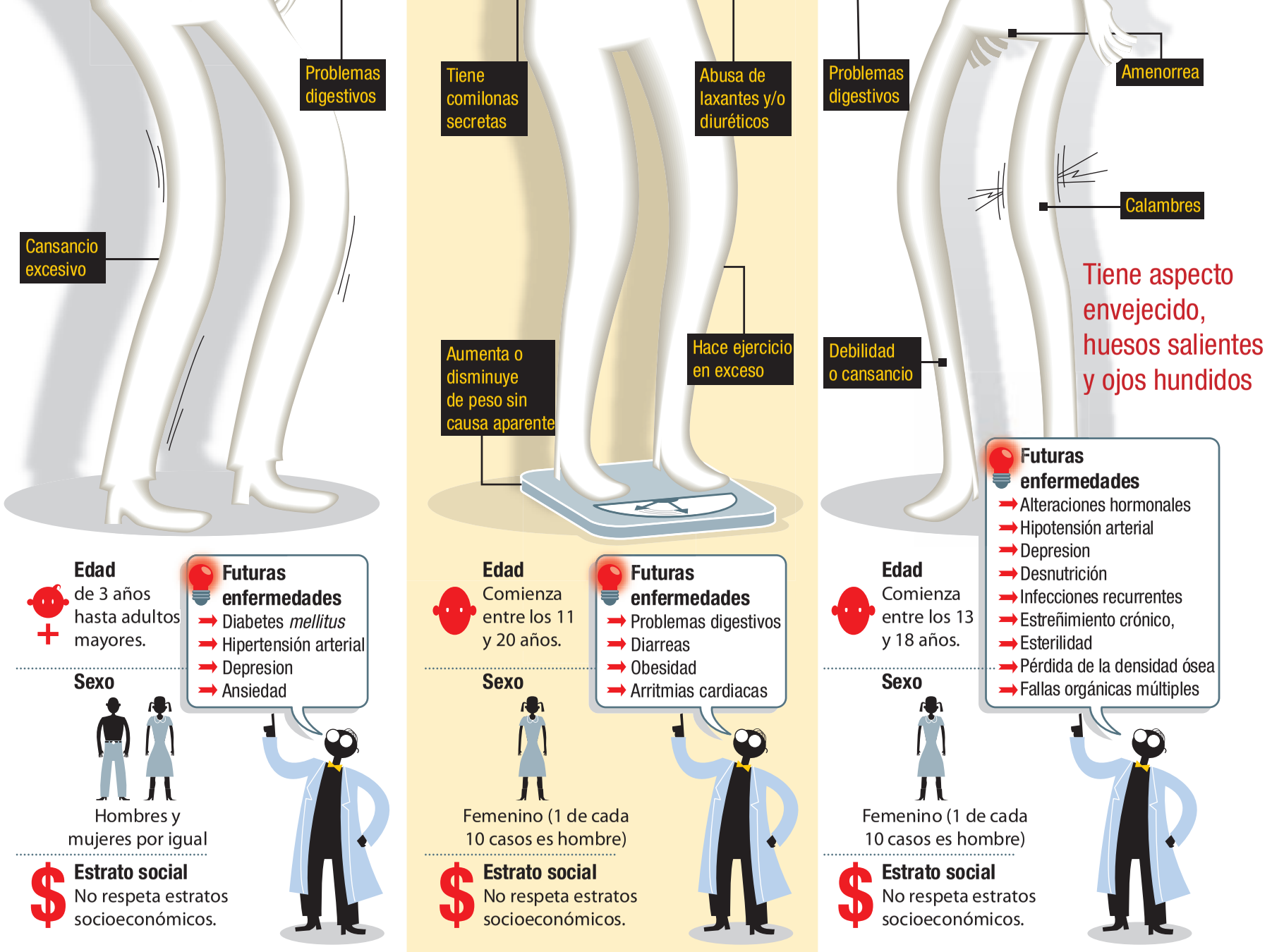
Nivel de incidencia: 3

(el menos común de los trastornos alimentarios, pero el de más rápido crecimiento)

Suele presentarse en alrededor de 1% a 2% de la población general.

Síntomas psicológicos:
No está a gusto con su peso o con su figura corporal, aunque se encuentre por debajo de su peso sano. Mastica una y otra vez los alimentos antes de tragarlos. Casi siempre tiene síntomas de depresión, de ansiedad y dificultades para establecer relaciones interpersonales.





Fuente Doctor Alfredo Zuñiga Massieu, director médico de Eating Disorders México

> En anorexia y bulimia parciales, 80% de los pacientes se recupera exitosamente, mientras que en pacientes crónicos el nivel de respuesta es mucho menor.”

Foto Archivo

debido a las secuelas provocadas por la desnutrición, fallas en el corazón, hígado y riñones. En el caso de la bulimia, donde puede haber energía y un peso adecuado, es común que se rasgue el esófago o el estómago por el esfuerzo del vómito, y los pacientes fallezcan antes de llegar al hospital”, refiere el doctor Alfredo Zúñiga.

Por lo anterior, es fundamental que los padres detecten en sus hijos estos trastornos en etapas iniciales y acudan de immediato con un psiquiatra, pues el éxito terapéutico depende en gran medida del tiempo entre el inicio del mismo hasta que se recibe tratamiento. Alejandro Caballero, jefe de la Clínica Especializada en Trastornos de la Alimentación, advierte: “La detección temprana mejora pronósticos y facilita el tratamiento. No es lo mismo tratar a una paciente con menos de un año de padecer anorexia o bulimia, que a otra con una historia de 15 años o más”.

El especialista del Instituto Nacional de Psiquiatría agrega que el tratamiento que reciben los pacientes con este tipo de trastornos es interdisciplinario, y requiere de un equipo de profesionales capacitados en el manejo de tales enfermedades. “Uno de los puntos importantes es el tratamiento psicoterapéutico cognitivo conductal, que puede aplicar un psiquiatra o un psicólogo entrenado en psicoterapia, el cual ha reportado los mejores resultados en cuanto a trastornos alimentarios”.

Además se requiere del apoyo de un nutriólogo encargado de llevar al paciente a un peso normal, de terapeutas familiares, y de acuerdo con el deterioro físico que presente el paciente, puede ser necesaria la asistencia de un cardiólogo, un gastroenterólogo, un dentista, un pediatra y un ginecólogo.

El tratamiento es personalizado, y mediante consultas periódicas permite al paciente identificar sus conflictos y aprender cómo manejar sus emociones y cómo adaptarse mejor a sus circunstancias reales y cotidianas.“Es necesario darle confianza al paciente y fortalecer su autoestima. Una vez que éste se da cuenta de que está aplicando en su vida una serie de herramientas que sí funcionan, su relación con la comida cambia, y empieza a retomar el control de su existencia”, apunta el doctor Alfredo Zúñiga.

Por su parte, el doctor Alejandro Caballero refiere la experiencia de la clínica a su cargo, misma que funciona desde 1996. Explica: “Después de un primer tratamiento en donde existe compenetración, apego a las indicaciones médicas, asistencia puntual a las consultas, a las sesiones de psicoterapia y psicoeducación, en el caso de la bulimia nerviosa que no tenga más de tres años de haber comenzado, más de 50% de los pacientes alcanza una remisión total. En el caso de la anorexia nerviosa, sobre todo si se detecta en etapas iniciales,

Signos de alarma

Los trastornos de la alimentación comienzan en etapas muy tempranas de la vida, por ello es necesario que los padres estén atentos a cualquier signo que sugiera la presencia de algún padecimiento de este tipo en sus hijos, en cuyo caso es necesaria la evaluación inmediata de un psiquiatra. Los signos de alarma son los siguientes:

- Disminución inexplicable de peso.
- Variaciones de los ciclos menstruales (cada vez más escasos y alejados uno de otro).
- Cambios en los hábitos de alimentación (eliminan determinados alimentos de su dieta; la dieta se vuelve cada vez más restrictiva).
- Medición constante de cintura, cadera y brazos.
- Se vuelve tema recurrente el peso y la talla, saber si se ve gordo o delgado.
- Comprar ropa en tallas que ya dejaron atrás con la intención de que les quede.
- Practicar ejercicio de manera excesiva (durante muchas horas al día y toda la semana; si no puede hacer ejercicio, lo repone por la noche aunque no duerma, o lo hace doble al día siguiente), lo cual es a todas luces inapropiado para su edad.
- Se levanta inmediatamente después de comer para ir al baño. Hay visitas muy frecuentes al baño, abre la regadera para fingir una ducha o pone música dentro del sanitario para atenuar el ruido al vomitar.
- Ojos llorosos o pequeños moretones alrededor de éstos (en forma de antifaz), que se forman con el esfuerzo al vomitar, debido a la ruptura de pequeños vasos sanguíneos.
- Desgaste de los dientes incisivos superiores y sensibilidad dental al frío o al calor.
- Irritación, cambios de color e incluso cicatrices en el dorso de la mano o en los nudillos (signo de Rusell, como se le conoce técnicamente) utilizados para provocar el vómito.
- Cambios de conducta, impulsividad.
- Comienza a utilizar pastillas para adelgazar, para eliminar el hambre, purgantes, laxantes, diuréticos...

Fuente Dr. Alejandro Caballero, jefe de la Clínica Especializada en Trastornos de la Alimentación del Instituto Nacional de Psiquiatría Ramón de la Fuente.

también se tiene 50% de éxito entre el número de pacientes".

"En anorexia y bulimia parciales, 80% de los pacientes se recupera exitosamente, mientras que en pacientes crónicos el nivel de respuesta es mucho menor, lo cual no significa que sean casos desahuciados; son casos que no han alcanzado el nivel de remisión deseado, pero que ya atenuaron conductas, por tanto los pacientes son más funcionales, aunque requerirá de mayor tiempo tratar otros aspectos asociados con estos trastornos. Las cifras duras no contemplan fielmente todos estos aspectos", aclara Alejandro Caballero.

Ambos especialistas coinciden en que para tales trastornos la hospitalización sólo procede cuando está en riesgo la salud y la vida del paciente, pero una vez que se encuentra fuera de peligro, la indicación es que retorne a su vida y ambiente cotidianos, con sus seres queridos. Al respecto cabe resaltar que en la actualidad no sólo se ha demostrado que no funcionan los tratamientos de internamiento, sino que están oficialmente contraindicados.

La importancia de la prevención

Lo mejor que podría suceder es que no tuvieran que atenderse pacientes con trastornos de la alimentación, sobre todo porque estos trastonos son totalmente prevenibles. Conviene que la prevención inicie desde la niñez: debe enseñarse a los pequeños a aceptar y amar su cuerpo; se les debe decir cómo cuidarlo, fortalecer su autoestima respetando sus intereses, sus decisiones, sus expresiones de afecto y correspondiendo a ellas; enseñarles a identificar sus emociones y a manejarlas: "Una persona con una buena autoestima, prácticamente no corre riesgo de padecer un trastorno de la alimentación", puntualiza Alfredo Zúñiga.

Igualmente es fundamental fomentar en los hijos una conciencia crítica frente a los mensajes publicitarios que invitan a bajar de peso.

También resulta de gran utilidad aprender más sobre la bulimia, la anorexia y el trastorno por atracón para saber identificar sus síntomas y a tiempo tomar cartas en el asunto. Además, es necesario evitar los prejuicios y las falsas creencias acerca de que las personas valen por su apariencia física, y convencerse de que la extrema delgadez (por debajo del peso normal o saludable) no es sinónimo de felicidad, pues se ha confirmado plenamente que creer lo contrario es erróneo.

Por último, hay que evitar satanizar la comida y optar preferentemente por una nutrición equilibrada y suficiente para cada día.

Fuentes Entrevistas con el psiquiatra Alejandro Caballero, jefe de la Clínica Especializada en Trastornos de la Alimentación del Instituto Nacional de Psiquiatría Ramón de la Fuente (SSA) • Psiquiatra Alfredo Zúñiga, director y fundador de Eating Disorders México • *Psicología de la alimentación*, de Jane Ogden, Ed. Morata • www.eatingdisorders.com • www.fns.org.mx/index.php

Foto Archivo

Al comer, La **porción** sí importa

No hay duda, cuanto más nos servimos, más comemos, aun sin que tengamos apetito. **Es una tentación la oferta de comida maxi, súper, mega, jumbo, que ha hecho de las porciones desmedidas una costumbre poco saludable, asociada con la obesidad.** ¿Sabía usted que de una "sentada" en el cine puede llegar a comerse 20 tazas de palomitas de maíz (aproximadamente 1,200 kcal)?

Por Alejandra Sánchez Plascencia

Hace 50 años, cuando comenzaron a hacerse populares las cadenas de comida rápida, sólo había un tamaño de papas fritas; en la actualidad, esa medida corresponde a una orden chica de papas. En ese lapso, en promedio, el peso de las papas fritas contenidas en la orden aumentó de 60 gramos a 200.

Sin embargo, la magnitud de las porciones no es exclusiva de la comida rápida: hay un sinfín de productos industrializados que tienen una presentación grande: dulces, chicles, botanas, pastelillos, bebidas, refrescos, café, jugos... Es más, en general, los platos y los vasos tienen mayor capacidad. Por mencionar sólo un ejemplo: la medida estándar de los vasos es de 240 ml, pero en la actualidad los vasos pueden llegar a contener hasta un litro.

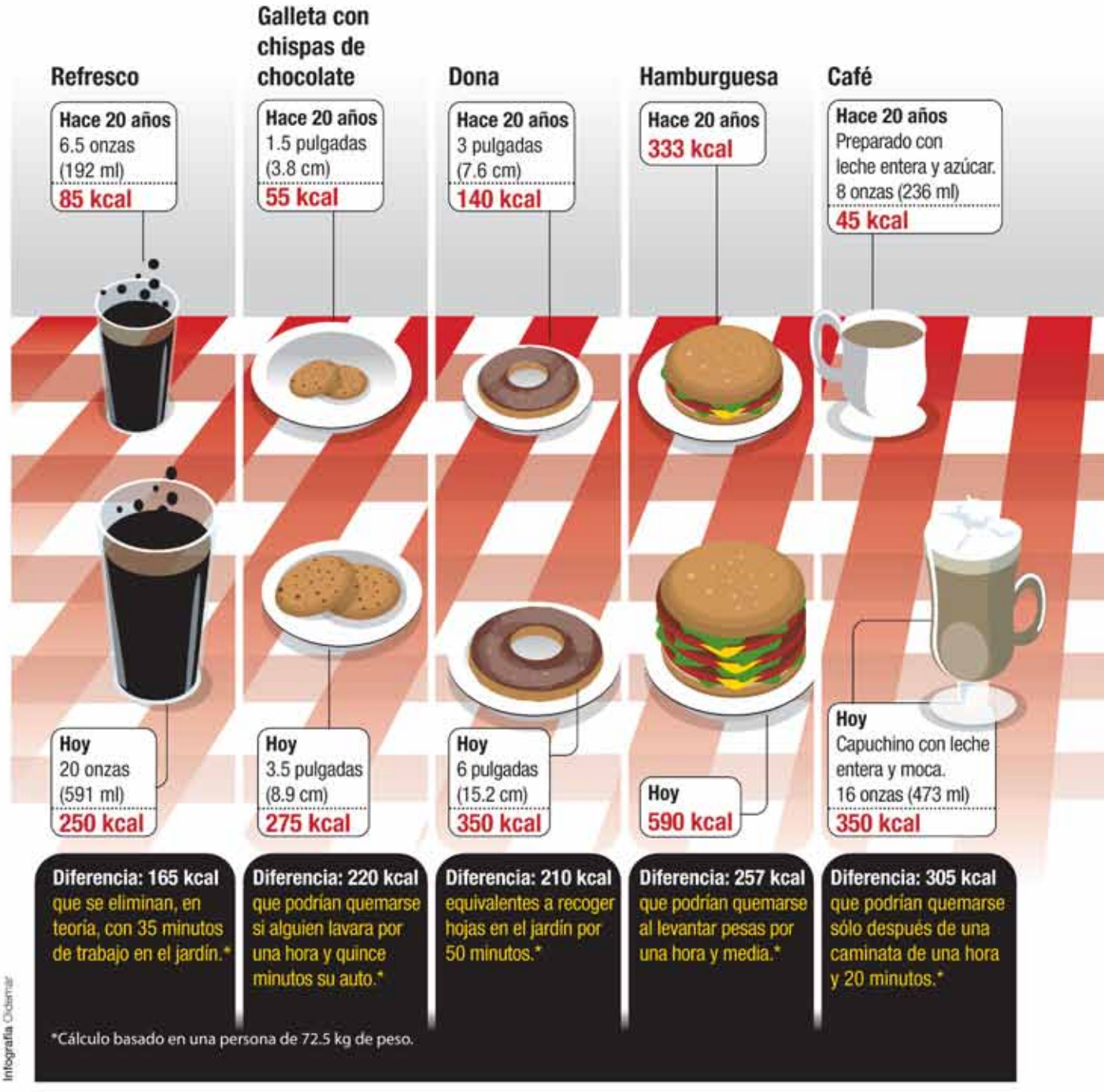
La oferta de más comida por menos dinero que la industria alimentaria comenzó a lanzar en los años 60 es una estrategia comercial que abarca casi todas las áreas de la alimentación. Un ejemplo categórico de porciones llevadas al extremo ocurre en el cine: la medida de las palomitas de maíz pasó de tres tazas a 20.

Algunos estudios revelan que la gente come hasta un 45% más cuando las porciones son grandes, y que el tamaño de los recipientes como el plato y los vasos también influye. Otra investigación, realizada por un experto en alternativas psicológicas para la comida, señaló sin embargo que la idea de reducir el tamaño del plato para ayudar a "evadir" calorías tiene sus límites, porque si las personas continúan sintiendo hambre después de terminar un platillo, se servirán más.

Las súper porciones también seducen a los comensales en la mesa familiar, en donde los platillos, los postres y las bebidas se sirven en grande; por ejemplo, el tamaño del platón en el que antes se presentaba la comida al centro de la mesa es similar al tamaño del plato extendido actual.

Y en los restaurantes tradicionales el panorama es semejante: las porciones que se servían hace dos décadas actualmente corresponden al menú infantil. Para ilustrar esto último, en las páginas 58 y 59 le ofrecemos la comparación gráfica de cómo eran las porciones hace 20 años y cómo son ahora.

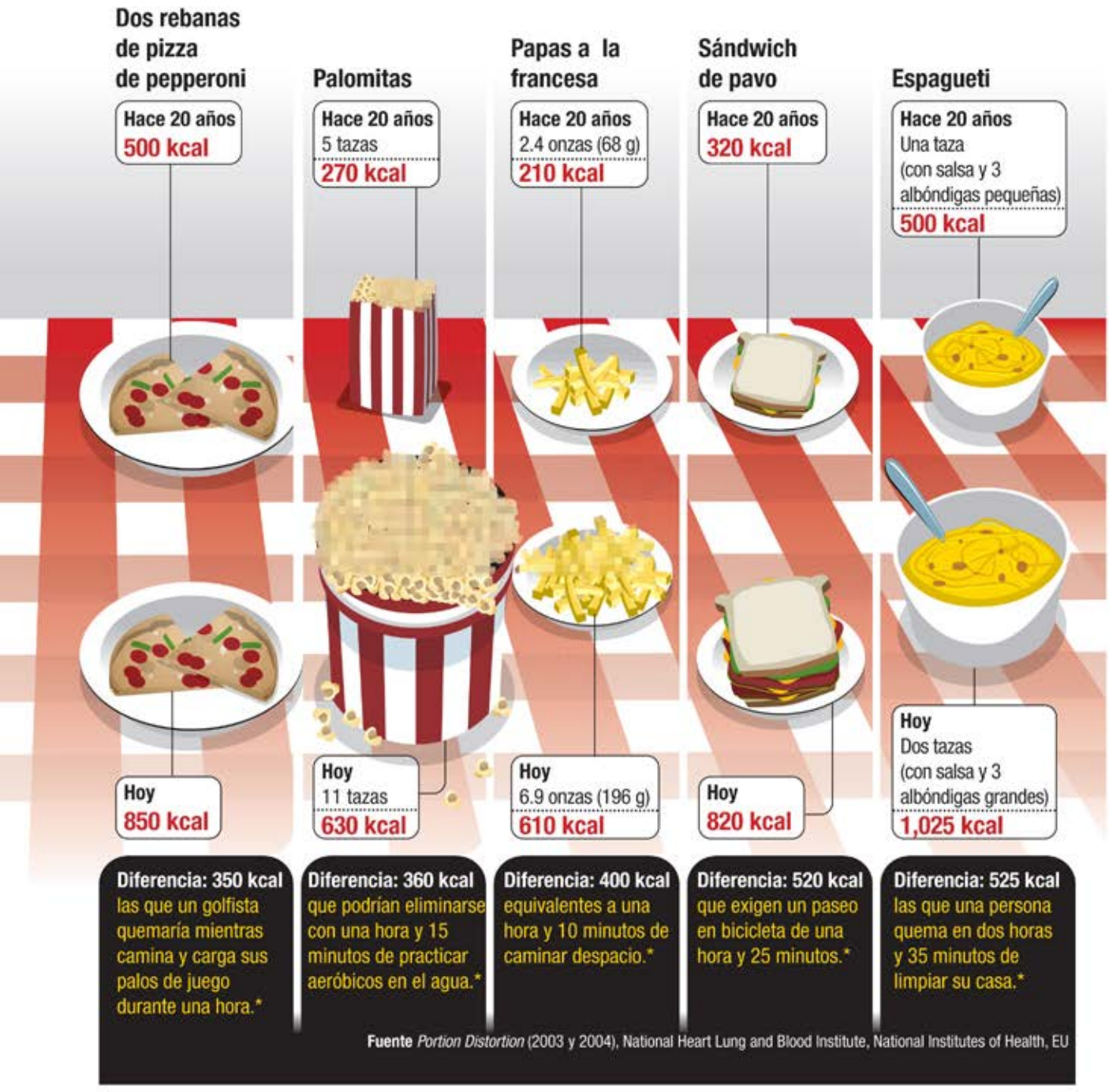
LAS DESPROPORCIONES



Infografía Ocksmar

¿Alguna vez ha pensado en qué momento una simple hamburguesa se convirtió en una "Hamburguesator Double Supreme" (con extra queso por sólo cinco pesos más), o las bolsas de palomitas en auténticas cubetas de maíz, mantequilla y sal? Aquí le mostramos cómo creció su producto favorito en 20 años, y las gordas consecuencias de nuestra distorsionada idea de las porciones.

Por José Armando Aguilar



Fuente *Portion Distortion* (2003 y 2004), National Heart Lung and Blood Institute, National Institutes of Health, EU

> Las porciones que se servían en los restaurantes hace dos décadas actualmente corresponden al menú infantil.”

Los malos hábitos

En el mundo hay más de 22 millones de niños menores de cinco años obesos o con sobrepeso, de los cuales más de 17 millones viven en países desarrollados. La obesidad se ha incrementado en los últimos años de forma alarmante debido a la concurrencia de diversos factores, como el sedentarismo y los malos hábitos.

Las reglas de oro de la alimentación saludable señalan que la dieta tiene que ser suficiente y variada para cubrir las necesidades energéticas diarias y lograr el crecimiento y mantenimiento óptimos del cuerpo.

“La dieta debe ser suficiente, pero no excesiva, a esto se le llama moderación, un concepto del cual los griegos ya hablaban. Ahora la gente pone mucha atención a qué come, pero no a cuánto come, que es lo que influye más en la obesidad. Otra regla de oro consiste en combinar y dar variedad a los alimentos”, apunta Héctor Bourges, director de Nutrición del Instituto Nacional de Ciencias Médicas y Nutrición Salvador Zubirán (INNSZ).

El especialista aclara que muchos productos industrializados contienen cantidades importantes de grasa, azúcar y sodio; aunque en sí mismos no causan problemas de salud, estos últimos se deben a la suma de todos los alimentos que incluimos en nuestra dieta. “Comer menos para no engordar tampoco es la solución, sino disminuir el consumo de productos altamente energéticos, con grasa o azúcares, y comer más alimentos de origen vegetal”, explica el doctor en nutriología.

La razón de las raciones

Las raciones que manifiestan los productos industrializados en su etiqueta tienen su razón de ser porque las medidas deben estandarizarse para crear las normas, para que la industria de la alimentación trabaje sobre las mismas bases en la elaboración de sus productos.

“Las raciones también son útiles para la elaboración de los platillos en la cocina, e incluso en la dietoterapia, en la que es indispensable indicar las cantidades de alimento para determinado tratamiento, pero la realidad es que las porciones son personales”, explica Bourges.

El especialista añade que no se trata de tener a la mano una tabla de composición de alimentos o un libro sobre recomendaciones de nutrimentos, puesto que históricamente hemos aprendido a comer sin esa información, y lo hemos hecho bien. “Entonces no hay que sumar ni restar, sólo atender la cantidad y vigilar periódicamente el peso; quien se excede en la cantidad de comida aumenta de peso; si come de menos, pierde peso. Y tampoco hay que alarmarse si aumentamos un kilo o dos, pues son oscilaciones normales”, concluye nuestro entrevistado.

Cada quien debe saber cuánto comer, encontrar su porción ideal sin necesidad de medir o pesar los alimentos, y obviamente debe saber que en algunos casos la elección de las porciones es muy sencilla, como en la mayoría de las frutas y verduras, que pueden consumirse por unidades: una manzana, una pera... aunque la ingestión de estos productos puede ser mayor, sin que ello tenga consecuencias adversas.

Aporte de energía según tamaño de la porción

Alimento	Lugar de venta	Energía (kcal) Tamaño regular o pequeño	Energía (kcal) Tamaño grande o jumbo
Refresco de cola		100	250
Papas fritas	McDonald's	210	540
Hamburguesa	Burger King	320	920 (doble wooper)
Café frapuchino	Starbucks	180	300 (venti)
Palomitas	Cine	400 (7 tazas)	1,160 (20 tazas)

Fuente *The portion teller plan: The no-diet reality guide to eating, cheating and losing weight permanentely*, Brodway, 2005, de Lisa R. Young

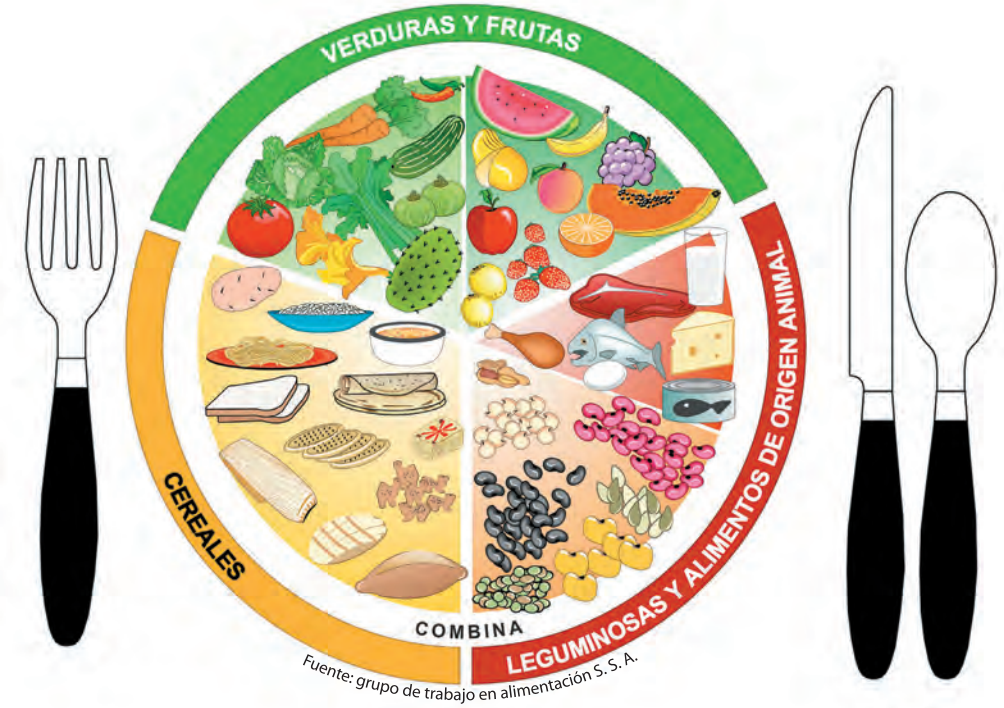
Para no salirse de control

Quien haya conseguido bajar de peso, seguramente lo hizo controlando las porciones de alimentos que ingiere. Enseguida le brindamos algunas recomendaciones para aprender a medirse y evitar los excesos:

- Antes de ordenar un platillo en un restaurante, pregunte por el tamaño. Si es abundante y come acompañado, opte por compartirlo; si no es posible, coma sólo la mitad y pida el resto para llevar a casa. Esta práctica, cada vez más común, le ayudará a no comer de más. También puede preguntar si hay media ración.
- Comparta el postre o no lo coma.
- Si compra refrigerios, elija porciones individuales.
- En lugar de guardar la comida sobrante en recipientes grandes, use recipientes individuales. Cuando tenga apetito tomará una porción y evitará comer de más.
- Servir porciones pequeñas en platos pequeños da la sensación de comer más. Si usted utiliza platos grandes, sirva en un mismo plato raciones convenientes de arroz, ensalada y el guiso, por ejemplo.
- Si le gusta botanear, vierta una porción en un reci-

El plato del bien comer

Es la representación gráfica de los grupos de alimentos para la población mexicana. El plato clasifica los alimentos en tres grupos, pero no por ello, uno es más importante que otro. Los tres grupos son indispensables para dar variedad a la alimentación y asegurar el consumo de los nutrimentos necesarios con el fin de mantener un adecuado estado de salud. No olvide incluir al menos un alimento de cada grupo en cada una de las tres comidas, y procure comer alimentos distintos cada día. Más información en la *NOM-043-SSA2-2005, Servicios básicos de salud. Promoción y eduación para la salud en materia alimentaria. Criterios para brindar orientación,* que usted puede obtener en http://dgps.salud.gob.mx/descargas/nom.pdf



Fuente: grupo de trabajo en alimentación S. S. A.

piente, porque si toma directamente de la caja o la bolsa, es probable que se la termine.

- Para disminuir la sensación de apetito, inicie la comida con ensaladas o sopas con bajo contenido energético.
- Comer una ensalada o fruta a media mañana o a media tarde le ayudará a controlar su apetito.
- Si después de comer aún siente apetito, coma verduras (pepinos, apio o zanahorias).
- ¿Acostumbra hacer sobremesa? Cuidado, porque puede ser que siga comiendo aun sin tener hambre.
- Para no caer en la tentación, no ponga fuentes de comida en la mesa, así no estará "picando" sin darse cuenta. En todo caso, ponga fruta.
- Las frituras saladas, los cacahuates y las galletas nos hacen comer más de la cuenta, y la energía que proporcionan en conjunto es importante. Si compra este tipo de alimentos, prefiera raciones individuales.
- Una buena pauta para conocer la cantidad de comida que consumimos es visualizarla. Llene, por ejemplo, una taza con el alimento y vacíela en un plato para tener una idea más precisa de la cantidad que puede contener un plato.

Por último, recuerde que si distribuye sus alimentos diarios en cinco tiempos: tres principales (desayuno, comida y cena) y dos colaciones (una matutina o refrigerio escolar y una vespertina), esta práctica le ayudará a disminuir el ayuno prolongado, tener un mejor rendimiento, favorecer el funcionamiento metabólico y, por consiguiente, mantener un peso saludable.

Consiéntase, dése la oportunidad de comer de vez en cuando lo que para usted está "prohibido", pues la sensación de privación le puede hacer caer y por tanto comer demasiado.

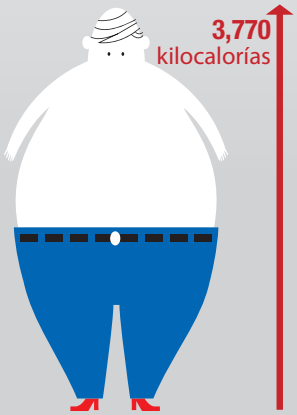
Fuente Entrevista con el doctor Héctor Bourges Rodríguez, director de nutrición del Instituto Nacional de Ciencias Médicas y Nutrición Salvador Zubirán • http://nutrition.about.com/od/recipesmenus/qt/portioncontrol

LA ALIMENTACIÓN ALREDEDOR DEL MUNDO

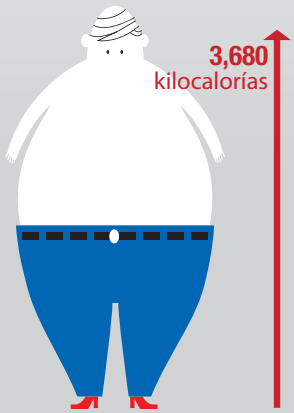
Consumo por persona al día

Cifras de 2003, últimos datos estadísticos disponibles.

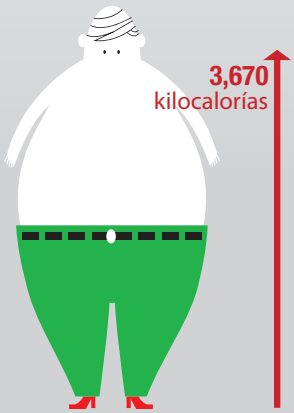
Estados Unidos	
Proteínas	114 g
Grasas	156 g
Azúcar y edulcorantes	198 g
Cereales	301 g
Frutas y verduras	646 g
Carne	337 g
Alimentos del mar	57 g



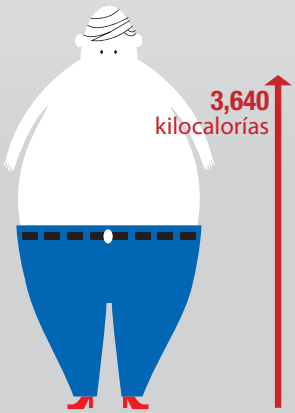
Grecia	
Proteínas	117 g
Grasas	145 g
Azúcar y edulcorantes	96 g
Cereales	419 g
Frutas y verduras	1,156 g
Carne	216 g
Alimentos del mar	63 g



Italia	
Proteínas	113 g
Grasas	157 g
Azúcar y edulcorantes	85 g
Cereales	444 g
Frutas y verduras	844 g
Carne	249 g
Alimentos del mar	71 g



Francia	
Proteínas	118 g
Grasas	170 g
Azúcar y edulcorantes	109 g
Cereales	320 g
Frutas y verduras	649 g
Carne	268 g
Alimentos del mar	85 g

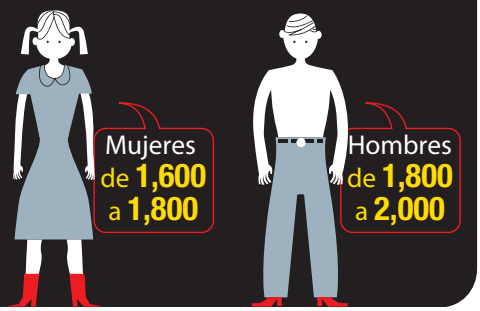


Fuentes: Sit

La energía que debemos consumir los mexicanos al día

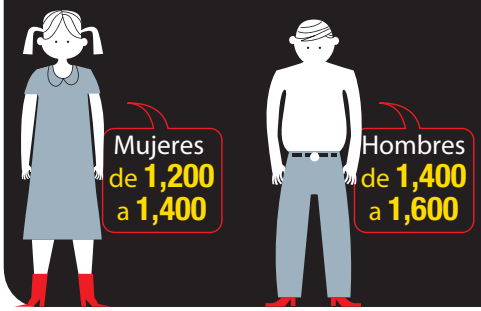
Peso normal

Requerimiento promedio (kilocalorías)



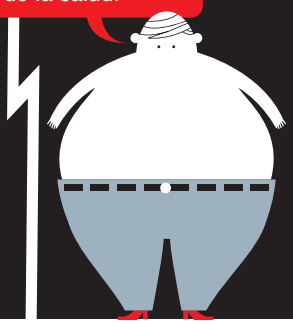
Sobrepeso

Dieta hipocalórica promedio (kilocalorías)



Obesidad

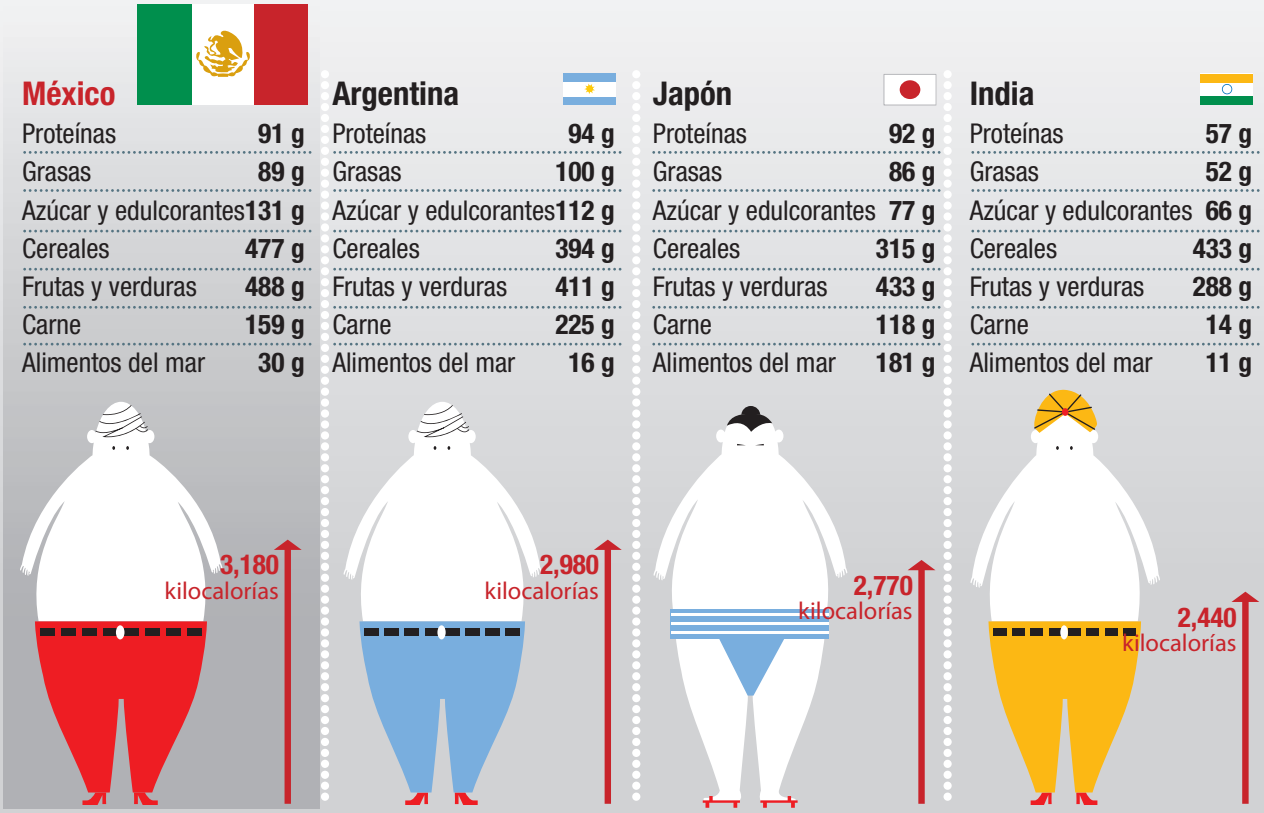
Lo mejor es acudir lo antes posible con un profesional de la salud.



Infografía Oldemar

Nuestros primeros lugares en la obesidad y el sobrepeso nos dicen que algo en la alimentación mexicana no está del todo bien. Sin embargo, ¿qué hay con los otros países? He aquí un vistazo al consumo de algunos nutrimentos y alimentos que más nos gustan (y otros que no tanto), y la comparación con otras naciones famosas por su gastronomía o tipo de alimentación.

Por José Armando Aguilar

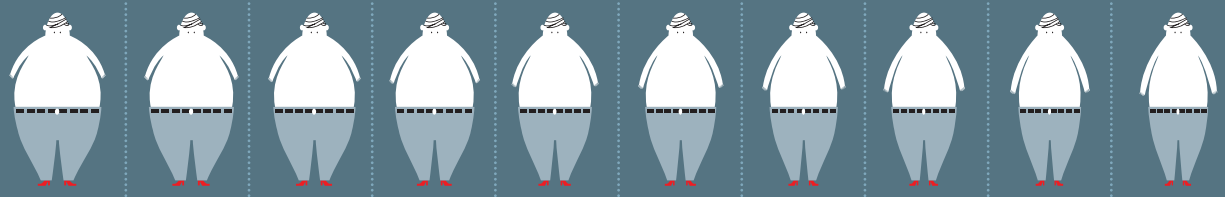


tio estadístico de la ONU para la Agricultura y la Alimentación (http://faostat.fao.org) • Anuario Estadístico de la FAO 2005-2006 (en www.fao.org/statistics/).

Energía internacional

Estos son los 10 países cuyos habitantes consumen más calorías al día en el mundo, muy por arriba de las 2 mil recomendadas como máximo.

Kilocalorías por persona al día



Banderillas de carne molida

Foto Luis G. Hernández

ALIMENTACIÓN Y SALUD

L. N. Claudia del Bosque*

Energízate con una rica pasta

La pasta es un alimento de origen vegetal (elaborado principalmente con trigo), delicioso, combinable y muy nutritivo para toda la familia

Son muy conocidos los deliciosos fideos, macarrones y espaguetis; así como los raviolles, canelones o lasaña. Esta variedad de pastas forma parte de la dieta de la mayoría de la población; por ello, es conveniente conocer sus propiedades nutritivas para disfrutarla sin culpa, pues se cree que contienen muchas calorías.

La pasta pertenece al grupo de cereales y tubérculos. Aporta hidratos de carbono, pues su componente principal es el trigo. Se trata de un alimento que por sí mismo no engorda, ya que media taza sólo proporciona 70 calorías y contiene un gramo de grasa. En realidad lo que aumenta las calorías de la pasta son los condimentos con que se sazona, las salsas y aderezos con que se acompaña, y otros alimentos con los que se suele combinar (queso, crema, etcétera). Todos estos elementos definen su valor nutritivo: acompañada de carne, queso y crema aporta proteína animal, además de calorías; acompañada de salsas de jitomate y otros vegetales se enriquece en vitaminas.

Ganar Salud

suscríbete

Aprovecha la **suscripción anual** y obtén **dos meses más ¡Gratis!** Sólo **$300**

GanarSalud

La revista que te cuida

Pediatría • Adolescentes • Salud para Él y Ella • En Plenitud • Nutrición
Salud Mental • Sexualidad • Del siglo XXI • Medicina del Deporte y **¡Mucho Más!**

¡Suscríbete ya!: 5515 3825 ó 5515 3818, suscribete@ganarsalud.com

Foto archivo

Reproductores portátiles de

música MP3 y de video MP4

Los actuales reproductores portátiles de música MP3 son una maravilla de la tecnología, pues permiten llevar en el bolsillo miles de canciones, fotos y videos, e incluso permiten escuchar radio y grabar voz. Por lo mismo, dada la gran variedad de opciones que ofrece el mercado, no es sencillo escoger aquel que por atributos y calidad resulta más adecuado a las necesidades del consumidor. Para orientarlo al respecto, este análisis le informa sobre la calidad, funciones y características de estos aparatos.

En menos de una década, los reproductores portátiles han cambiado la forma como escuchamos música; más aún, siguen evolucionando hacia aparatos de entretenimiento personal "todo en uno", ya que no sólo han reemplazado a los anteriores reproductores de cintas y de CD-audio portátiles, sino que han integrado dentro de sus capacidades poder escuchar radio, guardar y ver películas o videos –propios o descargados de internet–, llevar un álbum de fotos, datos de contactos y archivos de computadora, todo en un aparato pequeño, de precio accesible.

Es conveniente aclarar que se requiere de una computadora con los programas adecuados para poder cargar música, fotos, notas, etcétera a este tipo de reproductores. Todos los modelos analizados incluyen el *software* (programas) o la guía necesarios para usar los programas disponibles de forma gratuita en internet.

En el mercado existen distintos tipos de reproductores portátiles de música MP3; en este estudio se clasificaron en dos categorías que comparten la capacidad de reproducir música MP3: aquellos que son capaces de reproducir video en el formato MPEG-4 (denominados reproductores MP4) y los que carecen de esta función (llamados reproductores MP3). Además se subdividió a los reproductores MP3 en dos grupos: los muy económicos (suelen tener forma de pastilla –similares a las llaves de memoria USB– y sintonizador de radio y grabación de voz, pero no cuentan con una pantalla grande para poder visualizar fotos o imágenes), y aquellos que sí cuentan con la función para almacenar y visualizar fotos y/o imágenes.

El estudio

Se analizaron 19 modelos de reproductores portátiles de música MP3 y 20 reproductores portátiles de video MP4 que reproducen tanto música en formato MP3 como video en formato MPEG-4. Todos se comercializan en el país.

Cada modelo se sometió a seis pruebas, cuyos resultados se agruparon de la manera siguiente:

Información al consumidor. La etiqueta del aparato tiene que informar sobre el tipo de producto, marca,

Normatividad

NOM-024-SCFI-1998.
Información comercial para empaques, instructivos y garantías de los productos electrónicos, eléctricos y electrodomésticos.
NOM-019-SCFI-1998.
Seguridad de equipo de procesamiento de datos.
NOM-008-SCFI-2002.
Sistema general de unidades de medida.

Formatos de compresión de música

Los archivos de un CD-audio tienen el formato CDA. La música de un CD-audio tiene la ventaja de no haber perdido calidad en el proceso de grabación, sin embargo, los archivos que almacenan cada canción ocupan gran cantidad de espacio, es por eso que un CD-audio puede, como máximo, almacenar alrededor de 80 minutos de música.

El formato MP3 de música se basa en un "codec" de audio, llamado "MPEG 1 layer 3", que comprime la música almacenada en un archivo CDA, de tal manera que se obtiene un archivo notablemente más pequeño; la desventaja es que en el proceso se pierde información, que teóricamente el oído humano promedio no percibe. En una melodía el codec elimina los sonidos cuya intensidad es mucho mayor o menor. Por esta razón, la música grabada en formato MP3 no será copia fiel del original grabado en un CD-audio, aunque su calidad es muy aceptable.

En la actualidad existen varias opciones de compresión, algunas con mayor calidad, sin embargo, el MP3 es todavía el más compatible y, en parte por ello, el más popular.

Si el reproductor lo permite, una buena idea es intentar guardar música en alguno de los nuevos formatos, AAC o WMA, para disfrutar la diferencia.

Velocidad de muestreo. Otro aspecto de los formatos de compresión es la velocidad de muestreo o velocidad de bits, la cual le permitirá variar al mismo tiempo dos elementos de cualquier melodía comprimida en formato MP3, AAC o WMA: la calidad de grabación y el tamaño del archivo creado. A mayor calidad deseada, el valor de la velocidad de muestreo –dada en kbps– debe incrementarse, con lo que se obtendrá un archivo más grande.

Como referencia, considere los siguientes tamaños de archivo generados al comprimir una melodía de 4 minutos 21 segundos de duración, que en su formato original AIFF con calidad de CD-audio ocupaba 44.3 MB: MP3, AAC y WMA con calidad superior (192 kbps): 6 MB aproximadamente.

modelo y características de alimentación eléctrica. El instructivo de uso debe contener el modo apropiado de operación, los cuidados y precauciones necesarios y, en su caso, los accesorios incluidos (audífonos, correas, estuche, *software*, etc.); la garantía debe estar en español y cumplir con lo establecido en la norma de referencia.

Facilidad de uso. Se evaluó la facilidad para operar el reproductor MP3 o MP4 en funciones como selección y reproducción álbumes, aplicación de ecualizaciones, visualización de fotos, acceso a estaciones de radio, sincronización con la computadora, etcétera. Los resultados de esta prueba se detallan en el recuadro "Facilidad de uso".

Calidad del amplificador. Debido a que en todos los casos es posible usar los audífonos que se prefieran, incluso de marca distinta a la del reproductor, para evaluar la calidad con que el amplificador reproduce música, cada modelo se sometió a cuatro pruebas donde no se usaron los audífonos incluidos (éstos se evaluaron por separado). Las pruebas fueron:

a) **Respuesta en frecuencia.** Se estableció el nivel con que se reproducen los sonidos de frecuencias audibles (lo deseable es que todos los sonidos puedan ser reproducidos con la misma intensidad).
b) **Distorsión.** Está asociada a cada sonido audible reproducido; es una medida de la fidelidad del equipo.
c) **Mezcla de sonidos.** Se determinó qué tanto se evita la mezcla de sonidos de los canales derecho e izquierdo; y
d) **Nivel de ruido** provocado por el amplificador.

Calidad de los audífonos. Dentro de una cámara aislada de los sonidos exteriores e inmune a los rebotes de sonido internos, se midió la respuesta en frecuencia así como la distorsión.

Duración de la batería. Como referencia, se indica la duración de la batería al reproducir continuamente audio grabado en formato MP3. Debido a que la duración de la batería depende de los hábitos de uso de cada usuario, este valor sólo es una referencia, por lo que puede variar.

Atributos. Existen grandes diferencias en características y atributos de los modelos analizados. Las tablas de resultados sólo indican algunos de los principales, como peso, dimensiones, sintonizador de radio, reproducción de imágenes en formato JPEG, *software* de sincronización, etcétera.

Ficha técnica

Realización del estudio:
29 de mayo a 5 de agosto de 2008
Periodo del muestreo:
12 de junio a 21 de julio de 2008
Marcas / modelos analizados:
15 / 39
Número total de pruebas / ensayos:
234 / 5382

Reproductores portátiles de música y video MP4

Marca / Modelo / País de origen / Garantía (años)	Capacidad (Gigabytes)/ Tamaño de la pantalla (pulgadas) / Número de canciones que almacena ø	Información al consumidor	Amplificador	Audífonos	Duración de la batería (horas - minutos) ∂	Evaluación global
Apple / iPod Classic (A1238) / China / 1	80 GB / 2.5 " / 20 mil	Completa	E	E	31 h 40 m	**E**
Apple / iPod Touch (A1213) / China / 1	16 GB / 3.5 " / 4 mil	Completa	E	E	17 h 35 m	**E**
Philips / GoGear SA3026 / China / 1	2 GB / 2.0 " / 500	Completa	E	E	8 h 25 m	**E**
Philips / GoGear SA3015 / China / 1	1 GB / 2.0 " / 250	Completa	E	E	8 h 40 m	**E**
Sony / Walkman NWZ-A829 / Malasia / 1	16 GB / 2.4 " / 4 mil	Completa	E	E	30 h 25 m	**E**
Sony / Walkman NWZ-S618F / Malasia / 1	8 GB / 1.82 " / 2 mil	Completa	E	E	28 h 15 m	**E**
Sony / Walkman NWZ-S716F / Malasia / 1	4 GB / 1.82 " / Un mil	Completa	E	E	28 h 20 m	**E**
Apple / iPod Nano (A1236) / China / 1	8 GB / 2.0 " / 2 mil	Completa	E	MB	27 h 15 m	**E**
Daewoo / DMV-G224 China / 1	4 GB / 2.0 " / Un mil	Completa	E	MB	7 h 50 m	**E**
LG / Touch Cinema V50 / China / 1	8 GB / 2.2 " / 2 mil	Completa	E	MB	3 h 50 m	**E**
Daewoo / DMV-S254 China / 1	4 GB / 2.4 " / Un mil	Completa	MB	E	8 h 10 m	**MB**
LG / Touch Slim V25 / China / 1	4 GB / 1.77 " / Un mil	Completa	MB	E	9 h 50 m	**MB**
Philips / GoGear SA3245 / China / 1	4 GB / 1.8 " / Un mil	Completa	MB	E	8 h 25 m	**MB**
Samsung / YP-P2CB / México / 1	8 GB / 2.95 " / 2 mil	Completa	MB	E	23 h 05 m	**MB**
Samsung / YP-T10AB / China / 1	4 GB / 2.0 " / Un mil	Completa	MB	E	23 h 10 m	**MB**
Grupo Beraja No indica modelo China / 3 meses	2 GB / 2.0 " / 500	1,2,3	MB	MB	4 h 40 m	**MB**

Precios mínimos y máximos levantados del 22 de julio al 7 de agosto de 2008.

Quién es Quién en los precios

Ciudad de México				Guadalajara				León			
Precio mínimo o único	Tienda	Precio máximo	Tienda	Precio mínimo o único	Tienda	Precio máximo	Tienda	Precio mínimo o único	Tienda	Precio máximo	Tienda
$3,199	Costco	$4,199	Coppel	$3,399	Office Max	$3,999	Muebles América	$3,199	Costco	$4,199	Coppel
$4,899	Costco	$6,499	Coppel	$5,359	Sanborns	$6,499	Coppel	$4,899	Costco	$6,499	Coppel
$1,199	Wal Mart	$1,299	Sears	$1,199	Bodega Aurrerá	$1,299	Sears	$1,199	Bodega Aurrerá		
$998	Mercado Soriana	$1,127	Famsa	$998	Soriana / Mercado Soriana	$1,127	Famsa	$998	Soriana		
$3,599	Mega Elektra	$3,999	Fábricas de Francia / Sanborns / Sears / Liverpool	$3,599	Mixup	$4,399	Coppel	$3,300	Versionti	$4,399	Coppel
$2,690	Viana	$3,249	Sanborns	$2,699	Sony Shop	$3,299	Coppel	$2,699	Elektra	$3,299	Coppel
				$1,798	Comercial Mexicana	$2,499	Sony Shop				
$2,599	Costco	$3,299	Coppel	$2,694	Wal Mart	$3,299	Coppel	$2,599	Costco	$2,999	Liverpool / Sears
$1,499	Elektra / Mega Elektra / Salinas y Rocha							$1,499	Elektra		
$3,299	Sears										
$1,999	Sears			$1,999	Sears						
$1,698	Sams Club	$1,999	Sears	$1,999	Sears			$1,698	Sams Club	$1,999	Sears
$3,149	Audio Mundo	$4,099	El Palacio de Hierro								
$1,995	Chedraui	$2,299	Fábricas de Francia / Liverpool	$2,199	Coppel	$2,299	Mr. CD	$1,720	Versionti	$2,299	Liverpool
$470	Mg Computacion										

Reproductores portátiles de música y video MP4 *(continuación)*

Marca / Modelo / País de origen / Garantía (años)	Capacidad (Gigabytes)/ Tamaño de la pantalla (pulgadas) / Número de canciones que almacena ø	Información al consumidor	Amplificador	Audífonos	Duración de la batería (horas - minutos) ∂	Evaluación global
Philips / GoGear SA3385 / China / 1	8 GB / 2.4 " / 2 mil	Completa	MB	MB	13 h 15 m	**MB**
Vios / MP41V0801B / China / 1	1 GB / 1.4 " / 250	2	MB	MB	4 h 20 m	**MB**
Vanta / e-Rock MP-445 / China / 1	2 GB / 1.75 " / 500	Completa	B	MB	6 h	**B**
Coby / MP705-2G / China / 6 meses	2 GB / 2.0 " / 500	Completa	R	B	5 h 25 m	**R**

Reproductores portátiles de música MP3 tipo llave de memoria USB

Marca / Modelo / País de origen / Garantía (años)	Capacidad (Gigabytes)/ Tamaño de la pantalla (pulgadas) / Número de canciones que almacena ø	Información al consumidor	Amplificador	Audífonos	Duración de la batería (horas - minutos) ∂	Evaluación global
Sony / Walkman NWD-B105 / China / 1	2 GB / 3 líneas / 500	Completa	E	E	6 h 10 m	**E**
Philips / GoGear SA2629 / China / 1	2 GB / 3 líneas / 500	Completa	E	B	17 h 50 m	**MB**
Coby / MP300-1G / China / 6 meses	1 GB / 3 líneas / 250	Completa	MB	MB	7 h 55 m	**MB**
Mach Speed Technologies / Raven / China / 1	1 GB / no presenta / 250	2	MB	MB	20 h 30 m	**MB**
Mitzu / MP3-21G / China / 3 meses	1 GB / 3 líneas/ 250	2	MB	MB	13 h 10 m	**MB**
Vios / MP31V19 / China / 1	1 GB / 1.2 " / 250	2	MB	MB	13 h 20 m	**MB**
Creative / MuVo V100 / China / 1	2 GB / 1.0 " / 500	Completa	MB	E	18 h 55 m	**MB**
LG / M31 / China / 1	2 GB / 1.0 " / 500	Completa	MB	B	11 h 10 m	**MB**
RCA / Lyra RD2022 / China / 1	2 GB / 1.0 " / 500	Completa	MB	B	18 h 5 m	**MB**
Daewoo / DMA-S182 / China / 1	2 GB / 0.87 " / 500	Completa	B	E	8 h 10 m	**MB**

Ciudad de México				Guadalajara				Leon			
Precio mínimo o único	Tienda	Precio máximo	Tienda	Precio mínimo o único	Tienda	Precio máximo	Tienda	Precio mínimo o único	Tienda	Precio máximo	Tienda
$2,299	Mega Elektra			$2,399	Coppel			$2,299	Elektra		
$399	Bodega Aurrerá										
$913	Audio Polis / Mega Audio / Sony Audio Polis										

Ciudad de México				Guadalajara				Leon			
Precio mínimo o único	Tienda	Precio máximo	Tienda	Precio mínimo o único	Tienda	Precio máximo	Tienda	Precio mínimo o único	Tienda	Precio máximo	Tienda
$764	Majestic	$999	Coppel / Liverpool / Sears	$719	Mr. Sound	$999	Coppel / Sanborns / Mr. CD	$767	Famsa	$999	Liverpool
$598	Sams Club	$697	Bodega Aurrerá	$693	Mercado Soriana	$699	Soriana	$598	Sams Club	$699	Soriana
$299	Audio Mundo			$349	Coppel						
$299	Radio Shack			$299	Radio Shack						
$289	Bodega Aurrerá	$299	Wal Mart	$299	Wal Mart			$289	Bodega Aurrerá	$299	Wal Mart
$199	Bodega Aurrerá										
$575	Bright Star de México										
$799	Audio Polis / Mega Audio	$1,149	Coppel	$999	Sears			$999	Sears	$1,149	Coppel
$539	Wal Mart			$687	Famsa						
$547	Bodega Aurrerá / Wal Mart			$547	Bodega Aurrerá						

Reproductores portátiles de música MP3 tipo llave de memoria USB *(continuación)*

Marca / Modelo / País de origen / Garantía (años)	Capacidad (Gigabytes)/ Tamaño de la pantalla (pulgadas) / Número de canciones que almacena ø	Información al consumidor	Amplificador	Audífonos	Duración de la batería (horas - minutos) ∂	Evaluación global
Coby / MP550-2G / China / 6 meses	2 GB / no presenta / 500	Completa	MB	R	3 h 15 m	**B**
Coby / MP20016-1G / China / 6 meses	1 GB / no presenta / 250	Completa	B	MB	26 h 50 m	**B**

Reproductores portátiles de música MP3 con conexión mediante cable USB

Marca / Modelo / País de origen / Garantía (años)	Capacidad (Gigabytes)/ Tamaño de la pantalla (pulgadas) / Número de canciones que almacena ø	Información al consumidor	Amplificador	Audífonos	Duración de la batería (horas - minutos) ∂	Evaluación global
Creative / Zen V 4GB / China / 1	4 GB / 1.5 " / Un mil	Completa	MB	E	16 h 10 m	**MB**
Creative / Zen V 2GB / China / 1	2 GB / 1.5 " / 500	Completa	MB	E	15 h 55 m	**MB**
Creative / Zen V 1GB / China / 1	1 GB / 1.5 " / 250	Completa	MB	E	15 h 45 m	**MB**
Vanta / MP-330 / 4GB / China / 1	4 GB / 1.0 " / Un mil	Completa	MB	B	6 h 50 m	**MB**
Vanta / MP-325 / 2GB / China / 1	2 GB / no presenta / 500	Completa	B	MB	5 h	**B**
Apple / iPod Shuffle (A1204) / China / 1	1 GB / no presenta / 250	Completa	B	B	17 h 10 m	**B**
MG / No indica modelo / China / 3 meses	2 GB / 1.2 " / 500	1,2,3,4	B	B	17 h 25 m	**B**

Notas

1) No presenta modelo que identifique a la muestra
2) Carece del marcado de características eléctricas
3) Carece de razón social del importador o fabricante
4) Carece de instructivo

∂ Uso continuo en la función música desactivando la pantalla. Este valor varía dependiendo del tipo de uso.

ø Considerando que sólo se almacenará música en formato MP3 (valor promedio de 4 MB por canción).

Simbología:

E= Excelente **MB**= Muy Bien **B**= Bien **R**= Regular

Precios mínimos y máximos levantados del 22 de julio al 7 de agosto de 2008.

Quién es Quién en los precios

Ciudad de México				Guadalajara				Leon			
Precio mínimo o único	Tienda	Precio máximo	Tienda	Precio mínimo o único	Tienda	Precio máximo	Tienda	Precio mínimo o único	Tienda	Precio máximo	Tienda
$375	Electrónica Shock										
$259	Wal Mart	$329	Coppel	$295	Chedraui	$329	Coppel	$259	Wal Mart		

Ciudad de México				Guadalajara				Leon			
Precio mínimo o único	Tienda	Precio máximo	Tienda	Precio mínimo o único	Tienda	Precio máximo	Tienda	Precio mínimo o único	Tienda	Precio máximo	Tienda
$2,070	Bright Star de México			$2,421	Sanborns						
$1,581	Bright Star de México			$1,835	Sanborns						
$1,118	Bright Star de México										
$689	Audio Polis / Mega Audio / Sony Audio Polis										
$433	Audio Polis / Mega Audio / Sony Audio Polis										
$599	Costco	$799	Coppel	$624	Wal Mart	$799	Coppel	$599	Costco	$799	Coppel
$320	Mg Computación										

* No se encontró el producto en las tiendas visitadas para la recopilación de precios.

Nota: Las direcciones de los establecimientos que se muestran en el cuadro, las podrá solicitar al teléfono 5568 8722 en el D.F. o de cualquier otro lugar de la República Mexicana, al 01 800 468 8722. Para cualquier duda envíe un correo a: quienesquien@profeco.gob.mx.

Atributos de reproductores portátiles de música y video MP4

Marca / Modelo	Formatos de reproducción de audio	Formatos de reproducción de video	Peso (g)	Dimensiones (alto x ancho x profundidad en cm)	a	b	c	d	e	f
Apple / iPod Classic	MP3, AAC, WAV, AIFF, Audible, Apple Lossless	MPEG-4, H.264	140	10.3 x 6.2 x 1	22	✓	opcional	✓	✓	✓
Apple / iPod Touch	MP3, AAC, WAV, AIFF, Audible, Apple Lossless	MPEG-4, H.264	120	11.1 x 6.2 x 8	22	✓	opcional	✓	✓	✓
Apple / iPod Nano	MP3, AAC, WAV, AIFF, Audible, Apple Lossless	MPEG-4, H.264	49	7 x 5.2 x 6.5	22	✓	opcional	✓	✓	✓
Coby / MP705-2G	MP3, WMA, WMA-DRM, OGG, WAV	MPEG-4 (AVI XviD)	73	9.5 x 4.2 x 1	6	✓	✓	✓	✓	✓
Daewoo / DMV-S254	MP3, WMA, Lyrics, WAV	MPEG-4 (AVI)	80	8.6 x 5.5 x 1.4	8			✓	✓	✓
Daewoo / DMV-G224	MP3, WMA, Lyrics, WAV	MPEG-4 (AVI)	79	7.6 x 4.4 x 1.3	8			✓		✓
Grupo Beraja / sin modelo	MP3, WMA, WAV, Lyrics	MPEG-4 (AVI)	69	7.8 x 4.6 x 1.2	7		✓	✓		
LG / Touch Slim V25	MP3, WMA, OGG, WAV	MPEG-4 (AVI)	70	9.6 x 4.3 x 0.8	9	✓	✓	✓	✓	
LG / Touch Cinema V50	MP3, WMA, OGG, WAV, Lyrics	MPEG-4 (AVI)	68	8.2 x 4.9 x 1.1	9	✓	✓	✓	✓	✓
Philips / Gogear SA3385	MP3, WMA (excepto DRM), Lyrics	MPEG-4 (AVI)	98	9.4 x 5.6 x 1.3	8	✓	✓	✓	✓	
Philips / Gogear SA3245	MP3, WMA (excepto DRM)	MPEG-4 (AVI)	66	8 x 4.5 x 1.1	8	✓	✓	✓	✓	
Philips / Gogear SA3026	MP3, WMA (excepto DRM)	MPEG-4 (AVI)	53	6.6 x 4.2 x 1.2	6		✓	✓	✓	
Philips / Gogear SA3015	MP3, WMA (excepto DRM)	MPEG-4 (AVI)	53	6.6 x 4.2 x 1.2	6		✓	✓	✓	
Samsung / YP-T10AB	MP3, WMA, OGG	MPEG-4 (AVI)	58	9.6 x 5.2 x 1	ø	✓	✓	✓	✓	✓
Samsung / YP-P2CB	MP3, WMA, OGG	MPEG-4 (AVI)	97	10 x 5.2 x 1	ø	✓	✓	✓	✓	
Sony / Walkman NWZ-A829	MP3, WMA, AAC-LC sin DRM, WAV	MPEG-4, H.264/AVC	72	9.3 x 5 x 0.9	6	✓		✓	✓	
Sony / Walkman NWZ-S716F	MP3, WMA, AAC-LC sin DRM, WAV	MPEG-4, H.264/AVC	71	7.9 x 4.2 x 1.2	6	✓	✓	✓	✓	
Sony / Walkman NWZ-S618F	MP3, WMA, AAC-LC sin DRM, WAV	MPEG-4, H.264/AVC	64	7.9 x 4.2 x 1.2	6	✓	✓	✓	✓	
Vanta / e-Rock MP-445	MP3, WMA, WAV	MPEG-4 (AMV)	61	7 x 5.6 x 0.9			✓	✓	✓	✓
Vios / MP41V0801B	MP3, WMA	MPEG-4 (AVI)	48	9 x 4 x 0.8	6			✓		

Atributos de reproductores portátiles de música MP3 tipo llave de memoria USB

Marca / Modelo	Formatos de reproducción de audio	Formatos de reproducción de video	Peso (g)	Dimensiones (alto x ancho x profundidad en cm)	a	b	c	d	e	f
Coby / MP550-2G	MP3, WMA	---	28	6.4 x 2.2 x 1.6						
Coby / MP300-1G	MP3, WMA	---	51	9 x 2.8 x 1.9	6					
Coby / MP20016-1G	MP3, WMA	---	48	9 x 2.8 x 1.9						
Creative / MuVo V100	MP3, WMA, WAV, Lyrics	---	61	7.4 x 3.7 x 1.5						
Daewoo / DMA-S182	MP3, WMA, WAV	---	42	8 x 3 x 1.2	6					
LG / M31	MP3, WMA, WAV	---	50	10.3 x 3 x 1.4	9	✓	✓			
Mach speed Technologies / Raven	MP3, WMA	---	43	8.5 x 2.6 x 1.7						
Mitzu / MP3-21G	MP3, WMA, WAV, Lyrics	---	54	9.9 x 3 x 2.1	7					✓
Philips / Gogear SA2629	MP3, WMA	---	53	9.1 x 2.9 x 2	6		✓			
RCA / Lyra RD2022	MP3, WMA, WAV	---	60	8.2 x 2.8 x 1.9	6		✓			
Sony / Walkman NWD-B105	MP3, WMA	---	43	9 x 2.5 x 1.4	6					
Vios / MP31V19	MP3, WMA, ASF, Lyrics	---	49	9 x 3 x 2.2	6					

Atributos de reproductores portátiles de música MP3 con conexión mediante cable USB

Marca / Modelo	Formatos de reproducción de audio	Formatos de reproducción de video	Peso (g)	Dimensiones (alto x ancho x profundidad en cm)	a	b	c	d	e	f
Apple / iPod Shuffle	MP3, AAC, WAV, AIFF, Audible	---	16	2.7 x 4.1 x 1						
Creative / Zen V 1 GB	MP3, WMA, WAV, Audible	---	58	6.8 x 4.3 x 1.6	9	✓		✓	✓	
Creative / Zen V 2 GB	MP3, WMA, WAV, Audible	---	58	6.8 x 4.3 x 1.6	9	✓		✓	✓	
Creative / Zen V 4 GB	MP3, WMA, WAV, Audible	---	58	6.8 x 4.3 x 1.6	9	✓		✓	✓	
MG / sin modelo	MP3, WMA, ASF, Lyrics	---	58	7.6 x 3.9 x 2.3	7		✓			✓
Vanta / MP-325	MP3, WMA, WAV	---	32	2.9 x 4.4 x 1.3						
Vanta / MP-330	MP3, WMA, WAV	---	43	5.2 x 3.7 x 1.1			✓			

Atributos

- **a** Número de ecualizaciones de audio
- **b** Creación de listas de reproducción
- **c** Sintonizador de radio en FM
- **d** Visualización de imágenes y fotos en formato JPEG
- **e** Visualización automática de fotos tipo presentación
- **f** Visualización de texto (notas)
- **g** Número de juegos que presenta
- **h** Grabación de voz
- **i** Tamaño de la pantalla LCD en pulgadas
- **j** Tipo de pantalla: C = color; M = monocromática; S = sensible al tacto con acceso a sus funciones
- **k** Alimentación: U = Batería interna recargable por vía USB; C = Batería interna recargable por vía USB o mediante su cargador incluido; P = 1 pila tamaño AAA

Además todos los modelos ofrecen:

- Audífonos, funcionalidad como unidad de almacenamiento por vía USB a la computadora, bloqueo del teclado, modos de reproducción: aleatorio y repetir todo. Los que integran pantalla cuentan con menú en idioma en español. Todos emplean memoria flash como método de almacenamiento -excepto el iPod Classic de Apple.
- MP4 exclusivamente: programa para conversión y carga de video hacia el reproductor.

g	h	i	j	k	Tipo y/o *software* de sincronización con una computadora	Sistema operativo compatibles (sólo música)
3		2.5”	C	U	iTunes	Mac OS X, Windows XP/Vista
		3.5”	C, S	U	iTunes	Mac OS X, Windows XP/Vista
3		2.0”	C	U	iTunes	Mac OS X, Win XP/Vista
		2.0”	C	U	Transferencia directa, Windows Media Player	Windows Me/2000/ XP/Vista, Mac OS X
1	✓	2.4”	C	U	Transferencia directa	Windows 98SE/Me/2000/XP/Vista
1	✓	2.0”	C	U	Transferencia directa	Windows 98SE/Me/2000/XP/Vista
	✓	2.0”	C	C	Transferencia directa	Windows 98SE/Me/2000/XP/Vista
	✓	1.77”	C	C	Transferencia directa, Windows Media Player	Windows 2000/XP/Vista
5	✓	2.2”	C, S	C	Transferencia directa, Windows Media Player	Windows 2000/XP/Vista
	✓	2.4”	C	U	Transferencia directa, Windows Media Player	Win Me/2000/XP/Vista
	✓	1.8”	C	U	Transferencia directa, Windows Media Player	Windows 2000/XP/Vista
	✓	2.0”	C	U	Transferencia directa, Windows Media Player	Windows 2000/XP/Vista
	✓	2.0”	C	U	Transferencia directa, Windows Media Player	Windows 2000/XP/Vista
	✓	2.0”	C	U	Samsung Media Studio	Windows 2000/XP/Vista
		2.95”	C, S	U	Samsung Media Studio	Windows 2000/XP/Vista
		2.4”	C	U	Media Manager for Walkman; Windows Media Player 11 y transferencia directa	Windows XP/Vista (excepto 64 bits)
		1.82”	C	U	Media Manager for Walkman; Windows Media Player 11 y transferencia directa	Windows XP/Vista (excepto 64 bits)
		1.82”	C	U	Media Manager for Walkman; Windows Media Player 11 y transferencia directa	Windows XP/Vista (excepto 64 bits)
4	✓	1.75”	C	C	Transferencia directa	Windows 98SE/Me/2000/XP/Vista, Mac OS X
1	✓	1.4”	C	C	Transferencia directa	Windows 98SE/Me/2000/XP/Vista, Mac OS X

g	h	i	j	k	Tipo y/o *software* de sincronización con una computadora	Sistema operativo compatibles (sólo música)
		Np	Np	U	Transferencia directa, Windows Media Player	Windows 98SE/Me/2000/XP/Vista, Mac OS X
		3 líneas	M	P	Transferencia directa	Windows 98SE/Me/2000/XP/Vista, Mac OS X
		Np	Np	P	Transferencia directa	Windows 98SE/Me/2000/XP/Vista, Mac OS X
	✓	1”	M	P	Transferencia directa	Windows 2000/XP/Vista
	✓	0.87”	M	U	Transferencia directa	Windows 98SE/Me/2000/XP/Vista, Mac OS X, Linux
		1.0”	M	U	Transferencia directa, Windows Media Player	Windows 2000/XP/Vista
		Np	Np	P	Transferencia directa, Windows Media Player	Windows 98SE/Me/2000/XP/Vista, Mac OS X, Linux
	✓	3 líneas	M	P	Transferencia directa	Windows 98SE/Me/2000/XP/Vista, Mac OS X, Linux
	✓	3 líneas	M	P	Transferencia directa	Windows 2000/XP/Vista
	✓	1.0”	M	P	Transferencia directa	Windows 98SE/Me/2000/XP/Vista, Mac OS X
	✓	3 líneas	C	U	Transferencia directa, Windows Media Player 11 y Autotransfer	Windows XP/Vista
	✓	1.2”	M	P	Transferencia directa	Windows 98SE/Me/2000/XP/Vista, Mac OS X, Linux

g	h	i	j	k	Tipo y/o *software* de sincronización con una computadora	Sistema operativo compatibles (sólo música)
		Np	Np	U	iTunes	Mac OS X, Windows XP/Vista
	✓	1.5”	M	U	Creative Media Explorer; Creative MediaSource 5; Windows Media Player 11	Windows XP/Vista
	✓	1.5”	M	U	Creative Media Explorer; Creative MediaSource 5; Windows Media Player 11	Windows XP/Vista
	✓	1.5”	M	U	Creative Media Explorer; Creative MediaSource 5; Windows Media Player 11	Windows XP/Vista
	✓	1.2”	M	P	Transferencia directa	Windows 98SE/Me/2000/XP/Vista, Mac OS X, Linux
		Np	Np	U	Transferencia directa	Windows 98SE/Me/2000/XP/Vista, Mac OS X
	✓	1.0”	M	C	Transferencia directa	Windows Me/2000/XP/Vista

Resaltamos también los siguientes atributos:

- El iPod Touch tiene Wi-Fi 802.11 b/g que permite conectarse a la Internet por vía inalámbrica para navegar y acceder a su correo electrónico (pueden aplicarse cargos).
- Los modelos YP-T10AB y YP-P2CB de Samsung ofrecen conectividad Bluetooth con audífonos inálambricos compatibles.
- El modelo NWZ-A829 de Sony ofrece conectividad Bluetooth con audífonos inalámbricos, autoestéreos y minicomponentes de audio compatibles.
- Los modelos M31, V25 y V50 de LG y el NWZ-S716F de Sony ofrecen audífonos con cancelación de ruido.
- Los modelos Zen V de Creative y el DMV-G224 de Daewoo tienen entrada auxiliar para grabar audio.
- Los modelos Gogear SA3026, SA3015 y SA2629 de Philips y el YP-T10AB de Samsung pueden grabar programas de radio.
- El modelo NWD-B105 de Sony puede conectarse directamente a un minicomponente de audio Sony con entrada USB y grabar el audio directamente en MP3.
- Los reproductores de la marca Grupo Beraja y el DMV-S254 de Daewoo incluyen ranura para memorias flash tipo mini SD.
- Los modelos DMV-S254 de Daewoo, el MP-330 de Vanta y el de Grupo Beraja tienen bocinas integradas.
- El MP20016-1G de Coby cuenta con dos bocinas esféricas externas.
- Los modelos Zen V de Creative, el MG y el DMV-G224 de Daewoo incluyen funda.

Notas

ø Programable por el usuario
np No presenta

Recomendaciones

- En la mayoría de los modelos, el *software* (programa) de sincronización de música que ofrecen los distintos aparatos analizados los podrá actualizar directamente a través de internet para contar con las últimas funciones y características disponibles. Ejemplos de estos programas son el Apple iTunes® 8 y el Microsoft Windows Media Player 11, ambos gratuitos.

- Utilice su reproductor MP3 o MP4 a un nivel de volumen moderado para evitar un posible daño a sus oídos. Cuide especialmente tal aspecto cuando sus hijos escuchen este tipo de reproductores, y procure que no lo hagan durante largos periodos.

- Si piensa escuchar su reproductor mientras anda en bicicleta –empleando los audífonos–, para evitar accidentes seleccione un nivel de volumen tal que sea posible escuchar el ruido ambiental. En caso de que su automóvil cuente con autoestéreo con entrada auxiliar, conecte la salida para audífonos de su reproductor a la entrada auxiliar del autoestéreo; el cable de audio para esta función no es caro y se adquiere por separado en tiendas de audio y electrónica.

- Lea y siga todas las instrucciones de uso de su reproductor MP3, especialmente en lo referente a la instalación del *software* de sincronización. Algunos de los reproductores analizados sólo son compatibles con versiones recientes del sistema operativo de Microsoft Windows®: XP y Vista, por lo que éstos ya no pueden sincronizarse con computadoras con Windows 98, Windows Me o Windows 2000.

- En la mayoría de los casos es posible adquirir accesorios como audífonos, cargadores para automóvil, cinturones para el brazo o cintura, etcétera.

- No obstante que se puede usar el formato de compresión de audio MP3 para grabar su música en el reproductor, considere que es un formato que –en cuanto a calidad de audio se refiere– pierde frente a formatos más nuevos como el AAC o el WMA, que ofrecen una mejor calidad de audio. Si su reproductor presenta alguno de estos formatos, úselo, vale la pena ya que podrá apreciar con más detalle las frecuencias altas y bajas de instrumentos como guitarras, bajos, piano, etcétera.

- Al adquirir legalmente música a través de internet, tenga en consideración que existe un riesgo si ésta contiene código DRM (Digital Rights Management o Administración de Derechos de Autor). La finalidad de este código es proteger la propiedad intelectual de la música al evitar que pueda ser copiada en otros reproductores y computadoras que no sean en donde originalmente se descargó. El riesgo radica en que si usted formatea el disco duro de su computadora o cambia su computadora, y el sitio que le vendió la música deja de operar –como ha sucedido en años anteriores, siendo el sitio Yahoo! Music el caso más reciente, aunque afortunadamente no operó para México–, usted ya no podrá activar nuevamente su música para poder reproducirla.
  Por lo anterior, la mejor opción continúa siendo que usted adquiera legalmente sus CDs de audio para sincronizar su música con su reproductor.
  Para quien adquirió música en formato Windows Media con DRM y que forzosamente necesita emplear un reproductor certificado por Microsoft con el logo Play for Sure® para reproducirla, le informamos que en nuestro comparativo sólo los reproductores MP4 de Sony tienen este certificado.

- Si los audífonos de su reproductor no le agradan, recuerde que puede adquirir unos distintos y mejores en tiendas de audio especializadas o en tiendas de música.

Foto José Rodríguez

> “En menos de una década, los reproductores portátiles han cambiado la forma como escuchamos música; más aún, siguen evolucionando hacia un aparato de entretenimiento personal portátil =todo en uno.”

> Se requiere una computadora con los programas adecuados para descargar música, fotos, notas, etc. a este tipo de reproductores.”

Cómo descargar música, fotos y video

- Primeramente debe convertir la música adquirida en CD-audio en archivos de audio comprimido. El formato de compresión de audio más popular es el MP3 –lea el recuadro “Formatos de compresión de música”. La conversión la puede hacer con programas gratuitos como el Microsoft Windows Media Player®, el Apple iTunes® o el RealPlayer® agregándole en el proceso los títulos de las melodías, el año de edición del álbum, el artista, etcétera.
- Si su reproductor acepta transferencias directas desde su computadora, entonces sólo necesitará seleccionar la música que comprimió y copiarla a su reproductor como si estuviese copiando cualquier archivo.
- Si en cambio, su reproductor acepta el uso de un *software* de sincronización como el Microsoft Windows Media Player® o el Apple iTunes®, entonces la sincronización se debe realizar directamente a través de ellos; con esto, sus álbumes de artistas y listas de reproducción (Playlist) –listas que le indican al aparato reproducir, por ejemplo, “todas las canciones en español que sean del género romántico de cualquier artista” o “toda la música pop en inglés y español excepto la de determinado artista”– serán transferidas a su reproductor. Esta función de listas de reproducción no está disponible en todos los modelos.
- En el caso de las fotos, éstas deben estar grabadas en el formato de archivo JPEG. La transferencia suele hacerse en forma directa, como se explicó en el segundo punto de este recuadro.
- Para el video necesita antes convertirlo en un formato compatible con MPEG-4, empleando para ello el *software* incluido en su reproductor, y luego debe transferirse como indique el instructivo de uso.

Facilidad de uso

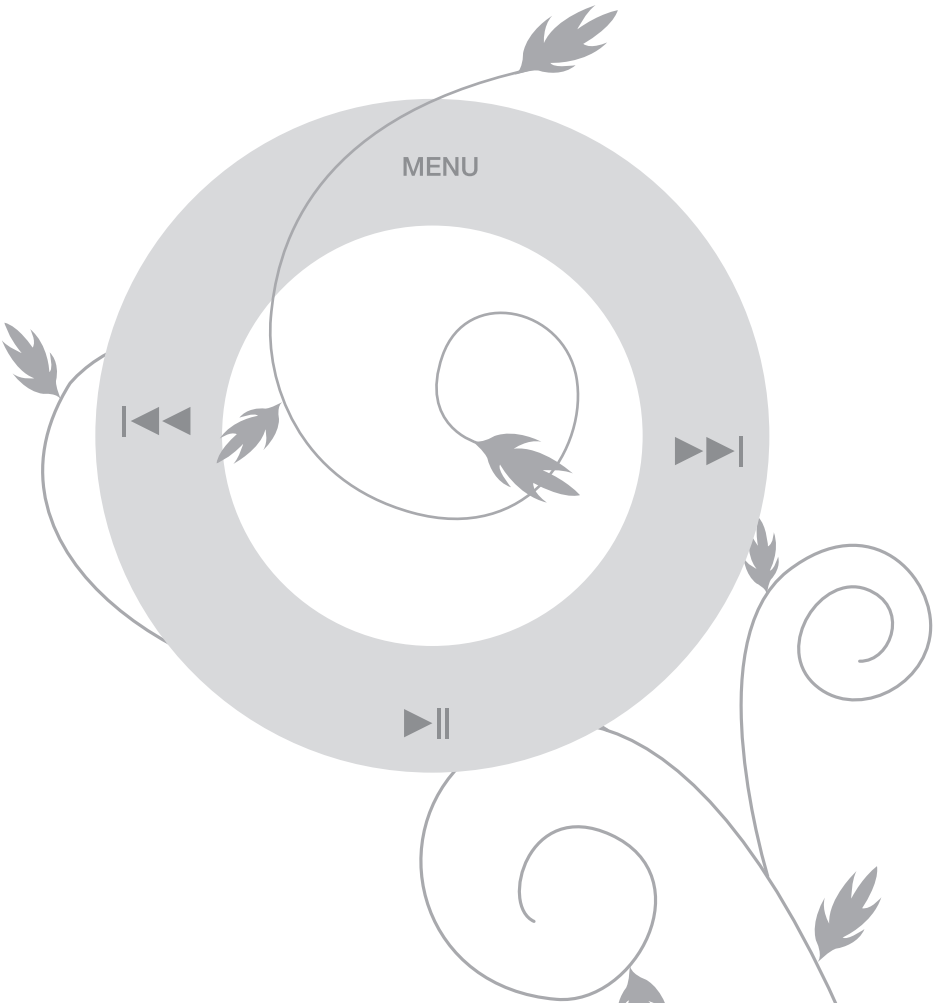
Aunque todos los reproductores analizados presentan un esquema de uso similar, existen diferencias tanto en el *software* en pantalla como en la disposición y activación de sus teclas o botones, que permiten que algunos de ellos sean **más intuitivos y fáciles de usar**. Es el caso de los **iPod** de **Apple**, que desde su lanzamiento en octubre de 2001 han marcado la pauta en este aspecto. También resaltan los siguientes modelos que presentan una facilidad de uso mejorada: los **Zen V** de la marca **Creative**, los **MP4 Walkman** de **Sony**, los **MP4 Gogear** de **Philips** y el **YP-T10AB** de **Samsung**.

Por otro lado están los MP3 tipo llave de memoria USB, que por su tamaño y diseño de botones es difícil activar sus funciones; tal es el caso de los modelos **MP300-1G** de **Coby**, **MP-330** y **MP-325** de **Vanta**, el **DMA-S182** de **Daewoo** y **MG** sin modelo. También detectamos MP4 con el mismo problema al accionar sus botones: el **MP705-2G** de **Coby** y el **DMV-S254** de **Daewoo**.

En nuestro comparativo se incluyen cinco modelos de reproductores MP3 que carecen de pantalla, como el **iPod Shuffle** de **Apple** y el **MP-325** de **Vanta** –curiosamente similar en forma y diseño al Shuffle–, lo que sólo permite reproducir el audio en el orden en que fue copiado originalmente desde la computadora, o de manera aleatoria. Por ser aún más pequeños que el resto, estos reproductores son fáciles de llevar consigo en actividades deportivas –los mencionados anteriormente incluyen clip para sujetarlo a la ropa. Una desventaja radica en que para tener variedad en lo que se escucha, se hace necesario –dada su muy limitada capacidad de almacenamiento– borrar recurrentemente la música almacenada para grabar nueva.

Conclusiones

- Dado que estos aparatos integran varias funciones, su uso tiende a complicarse: mientras algunos se pueden considerar fáciles de usar por lo intuitivo que resulta su manipulación, otros no lo son tanto. Consulte el recuadro "Facilidad de uso".
- Es necesario contar con una computadora para aprovechar al máximo las capacidades de este tipo de reproductores. Al respecto, una guía general es el recuadro "Cómo descargar música, fotos y video".
- Para quien principalmente desea almacenar archivos de texto, tablas, etc. que suele trabajar en su computadora, y además contar con un aparato que le permita escuchar radio y unos pocos álbumes de música, la mejor opción son los reproductores MP3 tipo llave de memoria USB, pues son los modelos más económicos, pequeños y con capacidad de almacenamiento aceptable.
- Si el usuario prefiere llevar consigo su fonoteca completa, fotos e incluso videos familiares y los que se pueden descargar de internet en sitios como Youtube, la mejor opción son los reproductores MP4 –aquellos modelos con mayor capacidad de almacenamiento y pantalla grande. En este caso resalta el modelo **iPod Classic** de la marca **Apple**, que ofrece la mayor capacidad de almacenamiento desde 80 GB en adelante, aunque también es de los más grandes en dimensiones. En cambio, seis de los 20 modelos de reproductores MP4 analizados, tales como el **MP41V0801B** de la marca **Vios** y el de Grupo **Beraja** (que carece de modelo que lo identifique), aunque pueden reproducir video, sólo son aceptables para guardar/visualizar fotos, dada su limitada capacidad de almacenamiento que no supera los 2 GB.
- Una función deseable en todo reproductor es la de radio FM. Sólo 46% de los modelos anali-



Glosario

- **Codec de audio** (Audio COder/DECoder o COmpressor/DECompressor). Programa o dispositivo que permite comprimir o descomprimir la información de audio, de manera que al ser almacenada ocupe menos espacio.
- **Ecualizaciones de audio.** Consisten en realzar o disminuir ciertas frecuencias audibles de tal forma que la música se escuche mejor a través de los audífonos según el género de ésta: romántica, rock, piano, etcétera.
- **GB.** Gigabyte, representa aproximadamente 1000 MB. Vea MB.
- **JPEG.** Es un formato de grabación de imágenes en archivo de computadora. Estas imágenes pueden ser fotos.
- **MB.** Megabyte. Es una unidad de almacenamiento. Una melodía comprimida en MP3 (con calidad buena) de 4 minutos y 21 segundos de duración ocupa aproximadamente 4 MB.
- **MP3.** Codec de audio basado en el estándar ISO denominado "MPEG Audio Layer 3" que permite comprimir un archivo de audio. MPEG se refiere al "Grupo de expertos de imágenes en movimiento" que promovió este estándar internacional.
- **MP4.** Codec de audio/video basado en el estándar ISO denominado "MPEG Layer 4" que permite comprimir contenido multimedia en archivos.
- **Bluetooth.** Estandar de comunicación inalámbrica entre dispositivos que cuenten con esta conexión. Para el caso de reproductores MP3 y MP4 esta conexión permite usar audífonos inalámbricos.
- **Puertos.** Circuitos electrónicos de comunicación para transferencia de información por medio de un cable especial o por vía inalámbrica.
- **Software de sincronización.** Programa que permite organizar y reproducir archivos de audio MP3, AAC, WMA, etc., convertir (ripping) sus CDs de música en archivos MP3, AAC, WMA, etcétera, quemar sus propios CDs y en algunos casos comprar música por internet.
- **USB.** Puerto de comunicación serial universal que permite la transferencia de información entre computadoras, reproductores MP3, cámaras digitales etc. por medio de un cable especial
- **Wi-Fi** (Wireless-Fidelity). Es el logo que identifica al puerto de comunicación basado en el estándar internacional IEEE 802.11 que permite conectar de manera inalámbrica dispositivos tales como computadoras portátiles o impresoras a una red inalámbrica. El dato 802.11 b/g se refiere a la velocidad con que se puede transmitir la información.

zados ofrece esta capacidad, sin embargo, cuando se analizaron por separado los reproductores MP4 (que suelen contar con mayor cantidad de atributos), este valor subió a 65%. Es importante señalar que los iPod® de la marca Apple sólo ofrecen esta capacidad adquiriendo por separado un conector especial.

- Todos los modelos de reproductores MP4 incluyen el software necesario para convertir sus videos a un formato adecuado para que se reproduzca en él.
- La duración de la batería varía dependiendo del tipo de uso y de la función que se seleccione; mientras que la duración reportada representa un uso continuo en la función de reproducción de música o de radio, si se selecciona la función video la duración será mucho menor.
- Todos los modelos analizados pueden funcionar como un medio de almacenamiento de archivos si se conectan al puerto USB de una computadora con el sistema operativo Microsoft Windows® o el Apple Mac OS® X. Sin embargo, no todos los reproductores son compatibles con este último sistema operativo si se quiere descargar música, videos o fotos. En la tabla de atributos se da mayor información al respecto.
- El **iPod Touch** de **Apple** es el único que tiene la posibilidad de conexión a internet inalámbrica por Wi-Fi (802.11 b/g).
- Gran parte de los modelos analizados –especialmente los reproductores MP4– se pueden actualizar con las últimas mejoras que cada fabricante ofrece. Consulte las instrucciones del fabricante para actualizar el *firmware* de su reproductor: normalmente es necesario descargar del sitio en internet del fabricante, un archivo que se instalará en su reproductor a través de una computadora. Estas actualizaciones son gratuitas en todos los modelos.
- Es importante señalar que en el mercado existen reproductores que física y funcionalmente son similares entre sí, esto se debe a que en realidad un solo proveedor llega a fabricar un conjunto de modelos que luego son vendidos a importadores nacionales a los cuales sólo se les agrega el logotipo y marca deseados. En este sentido, aun cuando cumplen con lo que ofrecen, estos reproductores no proporcionan un valor agregado, como es el caso de **Apple**, **Creative**, **Philips**, **Samsung** y **Sony**, que se diferencian por ofrecer un diseño distinto y una funcionalidad mejorada.

Si requiere más información sobre este estudio, puede comunicarse al Laboratorio Nacional de Protección al Consumidor, al 5544-2122 si vive en el área metropolitana de la Ciudad de México. También puede consultar otros estudios de calidad en nuestro sitio de internet www.profeco.gob.mx

Esta sección está destinada a plantear, discutir, cotejar, enfrentar y presentar ideas relacionadas con el consumo que cotidianamente vivimos. Los textos que ofrecemos en estas páginas tienen como intención pensar el consumo de nuevas formas, desde diversos puntos de vista y desde distintas posiciones: desde las más conservadoras hasta las que pueden parecer radicales.

Buscamos llevar estos temas hacia un terreno del que se desprendan acciones concretas y, sobre todo, del que vaya desarrollándose una nueva cultura: la del consumo inteligente. Creemos firmemente en el enorme valor y en el peso que puede tener, sobre la vida cotidiana y sobre la economía, el hecho de que los ciudadanos seamos conscientes de nuestro poder como consumidores.

En vista de la amplia gama de posibilidades que ofrece un espacio como éste, nos parece pertinente subrayar que los puntos de vista aquí vertidos no reflejan, necesariamente, la postura o la ideología de Profeco como institución, ni se asocian, de entrada, a iniciativas individuales de quienes laboran en ella. Dada la naturaleza de nuestra misión, estamos obligados a aceptar y a dar voz a las diversas opiniones y puntos de vista sobre el consumo, para dar cabida al enriquecimiento en el diálogo y la exploración mutua. Eso nos hace sentir orgullosos y confiere mayor valía a nuestros esfuerzos.

Esperamos que nuestros lectores encuentren aquí un eco a sus reflexiones, para fortalecer su poder como consumidores inteligentes.

La ansiosa búsqueda de la felicidad

Por Laura Emilia Pacheco

Vivimos en la era del "¡Llame ya!", cautivos del teléfono y de la televisión, persiguiendo la promesa de felicidad instantánea que nos ofrecen un sinfín de productos y servicios... Sin embargo, ¿deveras la felicidad está detrás de un comercial, de un número telefónico, de la tarjeta de crédito que hará posible la compra de ese paquete que llegará a las puertas de nuestra casa con la tan anhelada felicidad, lista para ser estrenada?

"A veces parecería que el único propósito de nuestras vidas consiste en hallar y dominar la felicidad a cualquier precio."

Aparece de pronto, de manera inesperada y, con la misma contundencia con que se hace presente, la felicidad se esfuma cuando menos lo esperamos. A veces parecería que el único propósito de nuestras vidas consiste en hallarla y dominarla, a cualquier precio. Los seres humanos somos capaces de todo –mentir, robar e incluso matar– con tal de obtenerla. Pero, con más frecuencia de la que quisiéramos admitir, la felicidad tiene una naturaleza frágil que nos elude. Como todas las cosas puras (el amor verdadero es una de ellas), tiene vida propia; no se deja atrapar, no acepta engaños ni se impresiona ante el despliegue de espejismos que intentan seducirla para saciar la obsesión por poseerla.

En medio del caos de la realidad que duele y aterra, un imparable bombardeo de mensajes comerciales nos fustigan desde todos los medios incitándonos a alcanzar la dicha, sin importar que el logro sea ficticio, efímero o artificial. Lo importante es paliar el descontento consumiendo productos que prometen júbilo; gritar a los cuatro vientos que, a diferencia de la gran mayoría sumida en el desencanto, nosotros sí somos felices y exitosos, para capturar el momento en la cámara de un celular y subirlo a un blog de la red. Porque, al parecer, no ser perpetuamente feliz constituye un fracaso, una falla, un defecto que nos aísla y nos expulsa del grupo de los triunfadores y los bellos. Las grandes obras de la literatura universal nos dan una buena idea de que la vida nos alcanza a todos por igual. Basta ver los noticieros o revisar la prensa, las revistas políticas y del corazón. Entonces, ¿qué es la felicidad?

Un espejo en el tiempo

Todos hemos escuchado la frase de que no podemos entender el presente si no conocemos el pasado. La historia de la humanidad es, en muchos sentidos, la historia de la búsqueda de la felicidad y la condena de la locura. Hace 2,300 años el gran filósofo confuciano Mencio hablaba de la intoxicante felicidad que producen las grandes virtudes. Cien años después Patañjali, el filósofo hindú autor de los Yoga Sutras, escribió sobre las raíces ontológicas del arrobamiento. En la *Ética a Nicómaco*, el primer tratado sistemático sobre la ética escrito en el siglo IV antes de Cristo, Aristóteles definía la felicidad como la virtud (virtud entendida como el control de los impulsos) conjuntada con la razón. Eje fundamental de las enseñanzas de Buda, para él la máxima felicidad sólo podía alcanzarse si logramos dominar nuestros anhelos.

En una época como la actual en que alma, mente y cuerpo parecen disociados y vivimos sometidos al autoritarismo de la ansiedad, todo se vuelve objeto de medición: cuánto ganas, cuánto pesas, cuánto tienes, cuánto compras, y la felicidad también se ha contagiado de ello.

Ignoro cómo puede medírsele, sobre todo porque me sorprendió encontrar un artículo publicado por los doctores Sonja Lyubomirsky, David Schkade y Kennon M. Sheldon en *Review of General Psychology* (2005), donde se afirma que el 50% de nuestra tristeza depende de los genes, alrededor del 15% depende de variables como nivel socioeconómico, estado civil, salud, dinero, etcétera, y el 40% restante es el producto de las acciones con que buscamos ser más felices. ¿Cómo habrán llegado a estas conclusiones?

El Índice de Satisfacción (*Satisfaction With Life Index*) se atreve a hacer un mapa mundial de la felicidad. De acuerdo con sus cálculos, Suiza ocupa la primera posición, Burundi está en el lugar 178 –el más bajo de la escala–, y México aparece en un intermedio número 52, debajo de naciones latinoamericanas "más felices", como Venezuela, Colombia, Honduras y Guatemala, pero por encima de Argentina, Israel, Hong

Kong, Brasil y China, que lo son menos. En Suiza el ingreso *per capita* es de alrededor de 33 mil dólares, y el "secreto bancario" atrae a muchos de los que no quieren revelar la fuente de sus fortunas; en México, más del 40% de la población está por debajo de la línea de pobreza, y en la pequeña nación africana de Burundi, de 1993 a 1999, la violencia étnica ente humus y tutsis dejó más de 250 mil muertos, de modo que me imagino en qué se basaron los muy osados creadores de este absurdo índice. No sé de qué tipo de felicidad hablan. Quizá hacen eco de ese engañoso concepto de que las posesiones materiales nos darán la dicha que buscamos.

Sin embargo, encontré una historia milenaria que para mí describe mejor la naturaleza de la felicidad real: Hacia el año 755, el califa Abd er-Rahman, último descendiente de los Omeyas de Damasco, convirtió a España en un emirato independiente. Tuvo que enfrentar las furiosas acometidas militares de Carlomagno, pero eso no impidió que transformara a Córdoba en una gran ciudad. Abd er-Rahman inició la construcción de la Gran Mezquita. Al igual que en Damasco, se utilizaron materiales como fustes de mármol y capiteles extraídos de las ruinas de las ciudades antiguas, devastadas en la época de las grandes invasiones. Sin embargo, pasaron muchos años antes que la Mezquita adquiriera la forma definitiva que la convirtió en una obra maestra de la arquitectura musulmana clásica, porque fue hacia el año 929 que Abd er-Rahman III amplió la construcción de la Mezquita. También mandó erigir la ciudad de Medinat Al-Zahara, para Zahara (flor), su favorita. De ese gran recinto hoy sólo queda un espacio en ruinas que apenas si habla de las fuentes de mercurio y los mármoles con rubíes y perlas engarzados que hubo allí...

Al califa Abd er-Rahman III se le atribuye una de las frases más profundas que se han escrito acerca de la felicidad: "He reinado a lo largo de más de cincuenta años, en medio de victorias, guerras y momentos de paz. Mis súbditos me aman, mis enemigos me temen y mis aliados me respetan. No me han faltado ni riquezas ni honores, poder o placer. Ninguna bendición terrenal parece haberme eludido. Así, con gran diligencia, me he apresTado a enumerar los días de genuina y absoluta felicidad que han llenado mi larga vida. Suman catorce."

> "El Índice de satisfacción (Satisfaction With Life Index) se atreve a hacer un mapa mundial de la felicidad. De acuerdo con sus cálculos, Suiza ocupa la primera posición, Burundi está en el lugar 178 –el más bajo de escala–, y México aparece en un intermedio número 52."

La era del "¡Llame ya!"

Si el gran califa Abd er-Raham –que tuvo amor, riquezas y poder– vivió apenas el equivalente a dos semanas de felicidad a lo largo de su vida, seguramente nos preguntamos qué nos espera a nosotros. Tal vez Albert Camus (1913-1960), el escritor y filósofo franco-argelino que en su obra exploró lo absurdo de la condición humana, no estaba tan equivocado cuando afirmó que, mientras sigamos empeñados en buscar en qué consiste la felicidad, nunca lograremos ser felices, de igual forma que nunca lograremos vivir si lo hacemos sólo para hallar el significado de la vida.

¿Por qué entonces nos sentimos obligados a demostrar felicidad o, mejor dicho, a ocultar que no siempre somos felices? ¿Acaso lo verdaderamente condenable no es ser ladrón, corrupto, asesino o algo mucho peor? A juzgar por lo que vemos en las calles y lo que leemos en los periódicos, no es así.

El tiempo es oro. Todo lo que nos rodea es un recordatorio. Lo que hoy está de moda mañana ya es

“La infelicidad es la diferencia que existe entre nuestros talentos y nuestras expectativas.”

anticuado. Todo y todos estamos al borde de lo obsoleto. Nada perdura. Quizá de ahí proviene la obsesión por la felicidad al instante, porque mañana quién sabe qué ocurrirá. El vertiginoso ritmo de nuestras vidas devora los segundos en un abrir y cerrar de ojos. No hay espacio para reflexionar, aprender, construir, amar; sólo el consumo parece mitigar la ansiedad.

Vivimos tiempos de impaciencia. Todo tiene que ser ahora. Y ahora, justamente, los hechizos de la mercadotecnia lanzan su ejército de productos que ofrecen “satisfacción garantizada”, dicha instantánea y felicidad absoluta. Junto a la lista de sus precios aparecen las banderas de todos los países como garantía: “Millones de personas satisfechas y felices en el mundo no pueden estar equivocadas. ¡Llame ya!”

En la era del ¡Llame ya! el televisor y el teléfono constituyen una pareja diabólica. Vemos en la pantalla al apuesto piloto de un auto que alcanza velocidades vertiginosas y logra maniobras que nos llenan de emoción. Pero sus piruetas resultan humillantes para quienes sólo podemos avanzar a vuelta de rueda en una ciudad convertida en un perpetuo embotellamiento minado por obras apocalípticas que nos desesperan y enemistan.

Con pupilas dilatadas vemos a una modelo que, sin perder tiempo en cuidados y visitas al consultorio dental, logra una sonrisa de una blancura deslumbrante con sólo mascar un chicle. Con ojos llorosos hacemos un voto interior para comprar fajas y métodos que nos acerquen a la ansiada cinturita, sin los molestos esfuerzos del ejercicio diario. Lo único que hay que hacer es momificarse con unas vendas, aunque no sabemos si estamos condenados a este faraónico tratamiento de por vida. Nos da taquicardia cuando llamamos para pedir un presupuesto a fin de eliminar toda huella de calvicie en cuestión de días y así atraer el éxito en el trabajo y en la vida privada. De la noche a la mañana deseamos tener senos y glúteos enormes, y de formas antigravitacionales, para “seducir” a los hombres y a la buena fortuna, aunque los efectos desaparezcan en el instante en que nos quitemos las prendas modeladoras y se quiebre, o mejor dicho, se desplome el encanto. La Cenicienta de hoy no tiene que llegar a las doce, tiene que llegar vestida y, de preferencia, en lo oscurito.

Queremos un cuerpo sin grasa, pero exento de los rigores del autocontrol. Para lograrlo confiamos en el uso de algún aparato milagroso que en sólo cinco minutos al día cambiará nuestro triste destino. Salivamos al ver los manjares que, sin necesidad de cocinar, despiden vapores plastificados al salir del microondas: “¡Una comida completa en menos de dos minutos!”, profieren los sacrílegos desertores del *Slow Food Movement,* que enarbola exactamente los valores contrarios: prolongar el placer en vez de apurarlo... pero eso lleva tiempo.

“Con ojos llorosos hacemos un voto interior para comprar fajas y métodos que nos acerquen a la ansiada cinturita, sin los molestos esfuerzos del ejercicio diario. Tantas promesas salidas de una caja de Pandora.”

Nos emocionamos ante la promesa de una vida sexual que haría palidecer al Kamasutra, gracias a cremas y pastillas que es posible adquirir anónimamente en el supermercado, junto con el yogur, el papel de baño y la arena para gato. No dudamos de nuestra capacidad para hablar un nuevo idioma sin estudiar ni sufrir con la gramática. Si la persona que lo anuncia en pantalla ya habla inglés y hace tres semanas tenía cara de *What?*, nosotros también podemos lograrlo. Roma no se construyó en un día pero nosotros podemos reconstruirnos en instantes. Tantas promesas salidas de una caja de Pandora...

Lecciones de Esopo

"La infelicidad es la diferencia que existe entre nuestros talentos y nuestras expectativas", afirma el escritor y psicólogo de Oxford Edward de Bono. Es decir, siempre podemos mejorar, pero hay cosas que simplemente resultan imposibles. No podemos convertirnos en aquello que no somos. Entenderlo es fundamental. Ya Franklin D. Roosevelt decía que la felicidad no es la mera posesión de dinero. Radica en la alegría de lograr algo, en la emoción del esfuerzo creativo que depende de nosotros. Por eso tal vez los catorce días felices que vivió Abd er-Rahman III le dieron a él más plenitud que la infinita sucesión de satisfacciones efímeras e insustanciales en que nos ahogamos. Despacio llegaremos más lejos.

Carl Jung afirmó que incluso una vida feliz no puede existir sin cierto grado de oscuridad, porque, si no tuviera el contrapeso de la tristeza, la palabra felicidad perdería su significado. Igual que las fuentes de mercurio y los fustes de mármol con rubíes y perlas de la ciudad del califa enamorado, aunque todo se convierta en un algo momentáneo de belleza fugaz, la felicidad vale la pena por el simple hecho de que existe. Aparece en momentos en que olvidamos el paso del tiempo y nos abandonamos al presente. Nathaniel Hawthorne decía de ella que es como una mariposa. Si la perseguimos escapa, pero si nos sentamos a contemplarla nos llena de luz.

Laura Emilia Pacheco. Nació en la Ciudad de México. Estudió Letras Inglesas en la UNAM. Narradora, ensayista y traductora, sus trabajos han aparecido en los principales diarios, suplementos, revistas y editoriales de México, Estados Unidos, España y Colombia. Actualmente prepara su primer libro de crónicas titulado *Días de entrega*, que la editorial Random House publicará en 2009.

La *Revista del Consumidor,* publicada mensualmente por la Procuraduría Federal del Consumidor (**Profeco**), está destinada a informar y a orientar sobre temas de consumo. Información sobre suscripciones, ventas y contratación de espacios para mensajes institucionales en el teléfono 5553-0574. El contenido de los artículos firmados no necesariamente refleja la opinión de la revista ni de Profeco: se incluyen a partir de nuestros principios editoriales de búsqueda de pluralidad y diálogo entre corrientes de opinión. Está permitida la reproducción de los estudios del Laboratorio y/o los análisis de precios en cualquier otro medio que apoye la intención de informar a grupos más amplios de la población. **No se autoriza la utilización de la información publicada en la revista con fines publicitarios o comerciales.**
Los análisis de precios y los sondeos de preferencias de los consumidores se publican como una referencia válida para las fechas indicadas en cada caso y son independientes de las acciones de verificación y otras que Profeco lleve a cabo en el cumplimiento de sus funciones.
Certificado de licitud de título núm. 1127 y de contenido núm. 639, expedidos por la Comisión Calificadora de Publicaciones y Revistas Ilustradas el 30 de abril de 1981. Se reservan todos los derechos respecto del título de esta publicación conforme a la Unión Internacional de Derechos de Autor. Registrada como correspondencia de Segunda Clase por la Dirección General de Correos, con el número PP09-0336. Características 218621140. Distribución nacional. Impreso en los Talleres Gráficos de México, Canal del Norte 80, colonia Felipe Pescador, C. P. 06280, México, D. F. Distribución en el Distrito Federal por la Unión de Expendedores y Voceadores de los Periódicos de México A. C. Calle Guerrero # 50, Col. Guerrero, Tel. 5591-1400 y 5591-1401, a través del Despacho Everardo Flores Serrato, Serapio Rendón # 87, planta baja, Col. San Rafael, C.P. 06470, Tel. 5128-6670. Editor responsable: Ruy Xoconostle Waye. Tiraje: 41,500 ejemplares.

CRÓNICAS DE UN CONSUMIDOR COMPULSIVO
POR: TRINO
DON TRÁCALA
¿QUÉ PASA QUIQUE?
¿EN QUÉ TE PUEDO YO AYUDAR?
DON TRÁCALA, NECESITO AYUDA MÉDICA
CREO QUE TENGO UN MAL ALIMENTICIO... CREO QUE TENGO DISLEXIA
¿QUIERES DECIR QUE TIENES UN DESORDEN ALIMENTICIO, QUIQUE?
ASÍ ES
ENTONCES, USTED TIENE ANOREXIA, NO DISLEXIA
¿ANO-QUÉ?
ANOREXIA
PERO ¿POR QUÉ CREES QUE SUFRES DE ANOREXIA?
¡ME VÍ...
...EN ESE ESPEJO DE SU TIENDA, DON TRÁCALA!
¿MIRE QUÉ ESCUÁLIDO ESTOY!
¡YO VENDO ESPEJOS PARA LA CASA DE LA RISA DE LAS FERIAS!
QUIQUE
MIRATE EN ESTE OTRO ESPEJO, QUIQUE...
AQUÍ TE VES GORDO... PUEDES PARECER QUE PADECES BULIMIA
¿PERO POR QUÉ SU REFLEJO NO APARECE EN NINGÚN ESPEJO?
ES QUE YO PADEZCO VAMPIRISMO...
SÍ CIERTO
...COMO CUALQUIER COMERCIANTE
TRINO

Profeco

Alerta al consumidor

Capslim

Producto "milagro" que promete adelgazar, mejorar la circulación, evitar gastritis, colitis y estreñimiento, reducir el estrés y la celulitis, y desinflamar várices

Cofepris y Profeco informan que los productos Capslim (1, 2, Linaza, Té y Plus), cuya etiqueta señala únicamente como ingrediente activo al Troncomín, contiene Codo de fraile (*Thevetia peruviana*), planta que produce **efectos tóxicos sobre el corazón** y causa **severa irritación gastrointestinal.**

Los síntomas más comunes son:

- Taquicardia
- Hipertensión
- Dolor lumbar
- Diarrea
- Cefalea
- Dolor abdominal
- Mareo
- Náuseas
- Vómito

Lo “100% natural” no significa que no haga daño. **Antes de consumir cualquier suplemento alimenticio, consulte a su médico.**

¡NO compre estos productos!

Comisión Federal para la Protección contra Riesgos Sanitarios

Profeco

7 509997 078342 00380

Exhibir hasta el 31 de octubre de 2008

Banderillas de carne molida

(seis raciones)

Ingredientes

- Carne molida de res (600 g)
- 1 huevo batido
- ½ taza de leche
- 3 zanahorias ralladas (300 g)
- 1 taza de germinado de alfalfa (60 g)
- ¼ de pieza de cebolla finamente picada (60 g)
- 3 limones (75 g)
- ¼ de taza de pan molido (30 g)
- 4 papas medianas cocidas y hechas puré (840 g)
- ½ de taza de miel de abeja (120 ml)
- 2 cucharadas de mantequilla derretida (20 g)
- ½ cucharadita de polvo de curry
- 1 cucharadita de vinagre
- ¼ de taza de agua

Chile piquín al gusto
Sal y pimienta al gusto

Preparación:

1. Mezcle la carne con la cebolla, huevo, pan molido, curry, sal y pimienta hasta que se integren muy bien los ingredientes.
2. Tome una porción regular de carne y forme una especie de salchicha; ensártela en un palito para brocheta y envuelva la carne en papel aluminio.
3. Mezcle el agua con el vinagre y la miel. Reserve.
4. Ase las banderillas en una plancha antiadherente, girándolas para que se cuezan de forma pareja durante 15 minutos.
5. Retíreles el papel y barnícelas con el aderezo de miel. Póngalas directamente en la plancha hasta que se doren ligeramente.
6. Sírvalas acompañadas de puré de papa y adorne con la ensalada de zanahorias y germinado de alfalfa. Aderece con limón y chile piquín al gusto.

El enigmático curry

El curry es un condimento originario de la India, compuesto por una mezcla de polvo de diversas especies picantes, como jengibre, clavo y azafrán, que importaron a Europa los ingleses. Una forma suave de curry tendría cúrcuma, cardamomo, clavo, cayena, mostaza, comino, cilantro y nuez moscada.

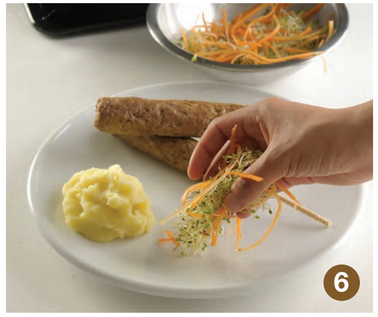
El curry se usa para dar sabor a los vegetales, platillos de huevo, tés y dulces, y en toda clase de preparaciones culinarias, como vinagretas, sopas, asados, estofados, y en la preparación de salsas de toda clase.

El curry da nombre a un platillo elaborado con pollo, carne o pescado, acompañado con arroz y aderezado con uvas pasas, rodajas de plátano, piña, etc., que ha dejado de ser estrictamente hindú para ser hoy día una preparación occidental, hecha con toda clase de ingredientes: vegetales, pescados, frutos del mar, carnes, aves, etc.

Aporte nutrimental (por ración)

Kilocalorías **511**
Proteínas **23 g**
Grasas **26 g**
Colesterol **128 mg**
Fibra dietética **4 g**

***Fuente Platillo Sabio Profeco** por la nutrióloga María Rosa Ochoa Camposeco
Ecónoma Becky Treves



Fotos Luis G. Hernandez

Foto Luis G. Hernández

Tomates deshidratados

* **Validación técnica** maestro en ciencias Miguel Ángel Meza Vudoyra
Ecónoma Becky Treves

Rendimiento 180 g aproximadamente / **Tiempo total de preparación** 15 minutos / **Caducidad** Cinco meses aproximadamente. Si observa la aparición de moho, deséchelos de inmediato.

Ingredientes

- Tomate rojo, muy firme (1 kg)
- 1 cucharadita de sal
- 1 litro de agua
- 20 cubos de hielo

Utensilios

- Horno
- Charola para hornear
- Platón

Procedimiento

1. Lave los tomates rojos en agua jabonosa, tallándolos con un estropajo. Desinféctelos.
2. En una cacerola ponga a hervir agua (reserve una taza).
3. Haga un corte en forma de cruz en la base de los tomates.
4. Añada los tomates al agua hirviendo, de dos en dos, y déjelos ahí durante sólo 10 segundos.
5. Retire los tomates y colóquelos en un recipiente con el agua que reservó y el hielo.
6. Quíteles la piel y córtelos en rebanadas de ½ cm de grosor.
7. Colóquelos en el platón y espolvoree ligeramente con sal. El platón debe estar inclinado para que se vaya colectando el agua que sale de los tomates. Deje reposar durante 20 minutos.
8. Coloque las rebanadas de tomate en la parrilla del horno y enciéndalo al mínimo, de manera que la temperatura sea lo más baja posible (alrededor de 60°C). Coloque abajo una charola para recolectar los jugos y evitar que el horno se ensucie. Mantenga por aproximadamente una hora.
9. Cuando los tomates ya estén secos, retírelos del horno, colóquelos en un recipiente con tapa hermética y manténgalos ahí de seis a ocho horas (o toda la noche).
10. Al día siguiente se repite el paso del horneado, pero solamente por 20 minutos.

Datos interesantes

Debido a su contenido de licopeno (antioxidante), es muy recomendable consumir tomates rojos en situaciones de estrés.

Recomendaciones

- **Por su consistencia, sabor natural ácido y ligeramente salado, los tomates deshidratados pueden consumirse como botana.**
- **Puede rehidratar los tomates para añadirlos a algún guiso, o bien, adicionarlos secos a una ensalada.**
- **No los exponga a la luz porque el pigmento de los tomates rojos, que pertenece al grupo de los carotenos, se oxida fácilmente.**

Fotos Luis G. Hernández